



جامعة قاصـــــدي مرباح ورقلــــة

كلية الحقوق والعلـوم السياسية

قسم الحقوق

مذكر مقدمة إستكمالا لمطلبات شهادة الماجستير في العلوم القانونية والادارية

تخصص: قـانون جنـائي

بعنـــوان

الحماية الجزائية لحق المستهلك في الاعلام

من إعداد الطالبة : سعيدة العائبي

تحت إشراف الدكتور: محمد بن محمد

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة الأصلية	الصفة
د. قريشي محمد	أستاذ محاضر أ	جامعة ورقلة	رئيسا
د. محمد بن محمد	أستاذ محاضر أ	جامعة ورقلة	مشرفا ومقرر
د. مفتاح عبد الجليل	أستاذ محاضر أ	جامعة بسكرة	مناقشا
د. قصير علي	أستاذ محاضر أ	جامعة باتنة	مناقشا

السنة الجامعية 2011-2012

الإهـــــــداء

إلى من كلله الله بالهيبة والوقار .. إلى من علمني العطاء دون انتظار .. إلى من أحمل أسمه بكل افتخار .. أرجو من الله أن يمد في عمرك لترى ثماراً قد حان قطافها بعد طول انتظار وستبقى كلماتك نجوما أهتدي بها؛ اليوم وفي الغد وإلى الأبد

"والدي العزيز"

اليك يامن تكافحين وتعملين... وتصبرين... وتصمدين ...وبما جار الزمان علينا تهونيين والى البارئ عزل وجل تبتهلين والى كل ما نطلبه منك تستجيبين

إلى ملاكي في الحياة .. إلى معنى الحب والحنان والتفاني .. إلى بسمة الحياتي وسر وجودي

إلى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي، إلى أغلى أحبائي

"أمي الحبيبة"

إلى من غمر الله فؤاده بالعلم، ورصعه بالإيمان وتقوى الرحمان، إلى من ألبسه شموخه تاج الحكمة والعفة.....يا من شدّ معي رحال العلم ويسر لي شدائد الهم، وعلمني كيف أضع من ضعفي قوة، ومن حيرتي مروة، ومن الحروف كنوز مرجوة، إليك..

"أخي البشير"

إلى من بهما أكبر وعليهما أعتمد .. إلى شمعة متقدة تنير ظلمة حياتي..

إلى رمز المحبة والأخوة والعطاء..

أخوتي (عبد الحميد- عبد الرزاق)

إلى من أرى التفاؤل بعينهم .. والسعادة في ضحكتهم

إلى من رفقتهم منذ أن حملنا حقائب صغيرة ومعكم و سرنا الدرب خطوة بخطوة وما زالوا يرافقونني حتى الآن، إلى شعلة الذكاء والنور

إلى الوجوه المفعم بالبراءة والمحبة لازدهار أيامي وتفتح براعم للغد

أخواتي

صونيا وأبنائها(وجدان-محمد الطاهر-أحمد-عماد الدين-أنفال- عبد المؤمن)

حنان وإبنيها(سيف الدين- سراج الدين)

إلى أختي وحبيبتي عفاف

هم شموع تذوب لتنير دروب الآخرين هم زهور تذبل لتفوح برائحة الياسمين هم العطاء الذي يفيض بلا حدود هم رموز تجسد الكفاح والخلود

أزواج أخواتي(محمدالعيد-نزار-فوزي)

إلى توأمي روحي ورفقة دربي .. إلى أصحاب القلب الطيب والنوايا الصادقة

زوجات إخوتي(هاجر- كوثر- نبيلة) وأبنائهم (محمد- منيرة- الحاج إمبارك-عائشة- عبد الله-أحمد التجاني)

إلى الأخوات اللواتي لم تلدهن أمي .. إلى من تحلو بالإخاء، وتميزوا بالوفاء والعطاء، إلى ينابيع الصدق الصافي إلى من معهم سعدت ، وبرفقتهم في دروب الحياة الحلوة والحزينة سرت، إلى من كانوا معي على طريق النجاح والخير

إلى عائلة ساكري (علي) كل فرد بإسمه

الإهـــــــداء

أهديكم سلامي وتقديري ** مع فايق الحب والأشواق

لو خانني يوم تعبيري ** يكفي فؤادي بكم خفاق

إلى من عرفت كيف أجدهم وعلموني أن لا أضيعهم

"الصديقات والأصدقاء كل واحد باسمه"

آه لو تعلم كم أقدر فيك وفاءك، كم أقدر فيك الجميل لو وضعته على حجر أصم لنطق تقديرا وعرفانا لك، فتجلت كلماتي بإهدائك بعض الذي لايفيك حقك

أخي الذي لم تلده امي وكان سندا لي "مبروك بوخزنة"

مع كل نبضة من نبضات قلبي إليك عهدي بأن أذكركم مع كل دمعة تذرفها عيني

إليك عهدي بأن أذكركم ما دام الدم يسري في شراييني

أخوة في الله " محمد – فيصل- إسماعيل"

اكتب إحساسي بالأشعار وأبديه في المشاعر كيف اختصرها وقدرك كبير ويعجز الشعرأن يوفيك كل القصـــــائد تكتب فيك فما يسعني إلا أن ارفع يدي وأسال الله وارجوا منه ينجيك ويأخذ من أيامـــي ويعطيك

"خالي العزيز"

إلى من علمني أبجدية الحروف ويا من علمني الصمود مهما تبدلت الظروف أخط لك كلمات مدادها حبر دمي كلمات ملؤها شكر وعرفان كلمات تتردد على كل لسان حروفا أنارت قلبي بحب الله وبكتابه الكريم الإمام "عطيلي البشير"

لأنكم علمتموني بأنه مع بزوغ كل فجر تتجدد نسمات الأمل لأنكم علمتموني بأن غاية الحياة ليست المعرفة بل العمل لأنك علمتموني بأنني خلقت للنجاح وليس للفشل كيف لا أحبك و أنا كوكب صغير في فضاءكم كيف لا وأنا نجمة ساطعة في سماءكم كيف لا وأنا قطرة ندية في بحاركم فإليك يا من أنرت دروب حياتي المظلمة

عائلة العائبي من صغيرها إلى كبيرها

وعائلة "عباسي- حمادي- مشراوي-الشايب -عيشوش -عطية -عربية-عباس-مسعي محمد"

إلى بلد تعلمت فيه كيف أحب، كيف أحيا، كيف أتعايش، إلى بلد العلم والمعرفة

لا تحسبي البعد في ضنك ناسيك وإنما الشوق إذا فتح بابك يرويك

مصر وأحبائنا فيها??????

شكـــــــر وتقديـــــــر

أول شكري **لله سبحانه وتعالى** على ما أصبغه عليّ من نعم، وعلى تيسيره للسبل، فله الحمد
والشكر في كل وقت وفي كل حين.

ثم شكري

للدكتور **محمد بن محمد،** على كل ما قدّمه لي من مساعدات، فكانت توجيهاته قيّمة،
فله مني جزيل الشكر

ولأعضاء لجنة المناقشة، الذين تكرّموا بقراءة هذه المذكرة، فاقتطعوا بذلك من وقتهم الثمين،
في سبيل توجيه النصح لي، وتدارك أيّ نقص في المذكرة، وعنائهم في التنقل للوصول بهذا البحث إلى الهدف المنشود، وإنني أتشرف بأن تتزين رسالتي بأسمائهم، فجزاهم الله كل خير.

للأساتذة الذين ساهموا في تكويني العلمي، من المرحلة الابتدائية إلى مرحلة الدراسات العليا، خاصة أساتذة كلية العلوم القانونية والإدارية.

إلى عمال المكتبة بالكلية، الذين يسّروا لي الحصول على الكتب وبالأخص الأستاذ مبروك بوخزنة.

كما أوجه شكري الخاص إلى أخي البشير على كل ما قدّمه لي من مساعدات، خاصة
مساندته لي للدراسة بالخارج وكان هذا البحث من ثماره فله مني كل الإحترام والتقدير، وأرجوا من الله سبحانه وتعالى أن يجعله ذخرا لطلبة القانون وموجها وعالما في هذا المجال.

لكل من قدّم لي يد العون من قريب أو من بعيد، حتى بالكلمة الطيبة

سعيدة العائبي

مـــقدمـــــــة

في الماضي عندما كانت علاقات الفرد بمجتمعه بسيطة، واحتياجاته محدودة، كان يستطيع أن يختار بسهولة ما يحتاجه من سلع وخدمات، إذ لم يكن أمامه سوى القليل من الخيارات. لكن نتيجة التطور العلمي الكبير الذي شهده العصر الحديث، أصبح الفرد مستهلكاً في مختلف جوانب حياته. فهو يعقد في اليوم الواحد العديد من العلاقات مع المنتجين والموزعين. إلا أن هذه العلاقات لا تكون عادة متوازنة، إذ أن البائع أو مقدم الخدمة يتميز بالقوة الاقتصادية والاختصاص والخبرة. ومن هنا نشأت الحاجة إلى حماية المستهلك.

ولعل من أهم المواضيع التي تعنى بالحماية في مجال حماية المستهلك حماية حق المستهلك في الإعلام فهو من المواضيع الصعبة والشائكة والمعقدة والتي تثير الكثير من الإشكالات، فمن ناحية أولى هذا الموضوع متحرك ومتطور ولا يمكن ضبطه ومن ناحية ثانية فهناك مبادئ ومسلمات قانونية يصعب تخطيها دعما للمستهلك الذي يقف حائرا أمام غش المستثمرين والفساد المستفحل والإعلام المتطور والخادع سلاحه قلة دخل وعدم وعي ونصوص قانونية لم توضع أصلا أو هي موجودة ولكن متناقضة .

ونظرا لظهور حركة المستهلك التي يقصد بها(ذلك الجهد الهادف إلى زيادة وتنمية حقوق المستهلكين في علاقاتهم مع المحترف، أو هي تلك الحركة الاجتماعية التي تهدف إلى انتزاع أكبر حماية للطرف الضعيف "المستهلكين" في الحلقة القانونية) فظهرت عوامل بلورت الحق في الإعلام نذكر منها:

- عدم رضى المستهلكين بسبب ازدياد وإنعدام الأمان في العديد من المنتجات المعروضة للمستهلك.
- عدم توفر المعلومات الكافية في السلع والخدمات المعروضة للمستهلك.
- عدم اهتمام المحترفين بالشكاوى التي يقدمها المستهلك.
- الاهتمام برفع مستوى معيشة الفرد من ناحية النوعية.

وهكذا ظهرت مرحلة وعي جمهور المستهلكين تدريجا إلى غاية مرحلة بلورة حقوقه التي بدأت من مرحة الستينات إلى يومنا وتميزت بالخصوصية لاستجابة التشريعات لمطالب الجمعيات التي تطالب بحماية المستهلك فأصدرت تشريعات الولايات المتحدة الأمريكية متضمنة حقوقا لعل أهمها:

- الحق في الإعلام: بمعنى حق المستهلك في الحصول على معلومات موضوعية كافية عن المنتوجات والخدمات المعروضة عليه من الإشهار الخادع المظل.

إلا أنه بظهور بعض العمليات التعاقدية كالبيع بالمراسلة والبيع عبر شاشات التلفزيون والبيع عبر الإنترنت (التجارة الإلكترونية) جعل أعمال هذا المبدأ تهدر العديد من حقوق المستهلك مما تطلب الأمر ضرورة وضع قواعد جديدة تتم بها حماية المستهلك وخاصة ماتناولناه من خلال بحثنا والمتمثل

في دراسة الحق في الإعلام وذلك من خلال تدخل المشرع بواسطة أحد سبل الحماية وهي الحماية الجنائية فنجد المشرع الجزائري وضع أداة قانونية فعالة لتحقيق الردع الخاص والعام فوفر في قانون العقوبات عقوبات لمواجهة بعض الجرائم كجريمة الخداع والغش وجريمة الإشهار التضليلي أو الكاذب ....الخ

ومن هذا المنطلق والذي نريد منه التطرق لقضية الحماية الجنائية لحق المستهلك في الإعلام في ظل حماية المستهلك حيث عرف هذا الأخير بال مفهوم الضيق بأنه"الذي يحوز أو يستخدم سلعا أو خدمات لغرض غير مهني ذلك أن المعيار الأساسي هنا هو الحيازة أو استخدام للسلع أو الخدمات بهدف شخصي أو عائلي"

وقد عرفه المجلس الأوربي عندما وضع ميثاق حماية المستهلك في 17 مايو 1973 بأنه "كل شخص طبيعي أو معنوي تباع له أشياء أو خدمات لاستخدامه الخاص"

كما عرفه المجلس الاقتصادي والاجتماعي التابع للجمعية العامة للأمم المتحدة بأنه "الشخص الذي أنتجه المجتمع الإستهلاكي"، و هو كل أفراد المجتمع وبالتالي تدخل حمايته في مجمل الإلتزامات العامة للدولة التي تتكفل بالأمن العام وضبط علاقات أفراد المجتمع بصفة عامة.

ولعلل من أهم المواثيق الدولية التي سعت لحماية المصالح المشروعة للمستهلكين مأقره المجلس الأ وربي في 17مايو1973 بقراره رقم 543 المتضمن للميثاق الأوربي لحماية المستهلك .

كما اعتمدت الجمعية العامة للأمم المتحدة بتوافق الآراء في نيسان 1985، المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك بالقرار رقم93 /348 .

وتوفر هذه المبادئ للحكومات ولاسيما حكومات البلدان النامية ،إطار ا لوضع سياسات وتشريعات بشأن حماية المستهلك وقد أقرتها في ثمانية حقوق للمستهلك من بينها ولعل أهمها ماسنتناوله من خلال بحثنا وهو حق المستهلك في الإعلام(المعرفة) .

ويعتبر حق المستهلك في الإعلام أحد أهم الحقوق المقررة للمستهلك والذي تم إدراجه في قانون حماية المستهلك بعد صدوره، غير أن الدول العربية عرفت تأخر في سن قوانين تتعلق بحماية المستهلك مباشرة،على مستوى تشريعاتها الداخلية إلا في الثمانينات، ومن بين الدول العربية الأولى نجد الجزائر، التي سارعت إلى إصدار القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك المؤرخ في 08 فبراير1989 .

فالمشرع الجزائري بدوره لما أصدر قانون 89-02 المذكور سابقا كرس جملة من الحقوق لجمهور المستهلكين ، ومن بين هذه الحقوق التي جاء بها القانون المذكور سالفا أصدر القانون 09-03 فجسد جملة من النصوص التشريعية بموجبها نظم هذا الحق الذي يعتبر التزاما على المحترف بإعلام المستهلك ، وبذلك يكون المشرع الجزائري قد رسم الطريق القانوني الذي يسلكه المحترف أو

المنتج في تنفيذ الالتزام من خلال ماجاء في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والمراسيم التنظيمية لهما.

ولم يكتف المشرع الجزائري بالنص عليها في القوانين السالفة الذكر بل وفي قوانين أخرى والتي لها علاقة غير مباشرة بحماية المستهلك، وجملة هذه النصوص القانونية تعتبر الإطار التشريعي لحق المستهلك في الإعلام، ومن خلال هذه النصوص التشريعية أقر المشرع الحماية عن طريق جملة من الآليات القانونية التي رصدت لحماية حق المستهلك في الإعلام ، سواء على مستوى الإدارات المكلفة،أو على مستوى الهيئات القضائية المختصة، والتي تعتبر حماية تطبيقية لحق المستهلك في الإعلام.

أهمية الدراسة

مما سبق ذكره تظهر أهمية البحث في النقاط الآتية الذكر:

1- أن حماية المستهلك في الإعلام تعطي شفافية أكبر للممارسات التجارية التي يأتي بها المحترف أو المنتج ، لانه الركيزة الأساسية التي تقوم عليها الدورة الاقتصادية في البلاد والمحافظة عليه في نفس الوقت هي حماية الاقتصاد الوطني والمنتج أو المحترف أيضا.

2- تبرز حماية المستهلك في حماية القدرة الشرائية للمستهلك بتبصيره عن السلع، وإمكانية إختيار السلعة حسب قدرته في حالة علمه بسعر المنتوجات المعروضة وحتى لايقدم على شراء منتوج لايعلم سعره، وبه لايمكن للحرفي أو المنتج خداعه.

3- أن تبصير المستهلك بالمواصفات القانونية المتعلقة بالمنتوجات تجعل المستهلك على علم به، ومنه إمكانية الانتفاع به على الوجه الصحيح أو معرفته مثلا القيمة الغذائية لكل منتوج وبالتالي إختيار الأفيد.

4- أن تفعيل دور وسائل الإعلام المسموعة والمرئية وكذلك مؤسسات التربية والتعليم ومؤسسات المجتمع المدنى فى توعية المستهلك بحقوقه ونشر ثقافة حماية المستهلك، وذلك لضمان تحقيق الفاعلية لتطبيق القانون

5- أن تفعيل جمعيات حماية المستهلك القائمة، حيث إن نجاح تطبيق القانون، مرهون بالدور الفاعل للمستهلك وجمعياته فى مراقبة الأسواق وتقديم الشكاوى والاقتراحات التى تمكن الجهاز الرقابى من القيام بدوره الإشرافى.

6- أن وضع تصور واضح ودقيق للأجهزة الرقابية المنوط بها تطبيق القانون.

ونظرا للأهمية التي يكتسبها هذا موضوع فيعد من أهم المواضيع التي تشغل بال الدول، حيث يقع على واجب توفير هذه الحماية للمستهلك بصفة عامة والتي ينطوي تحت طائلتها بصفة خاصة حق المستهلك في الإعلام بكل ماتملك من وسائل، رغم أن هذه الأخيرة تشوبها بعض النقائص، خاصة في

مجال التطبيق، لذا سعينا منذ اختيار الإطار الذي اخترنا الغوص فيه حيث يعتبر من موضوعات الساعة، ومحل اهتمام دوليا ووطنيا من العوامل الأولى التي دفعت بنا إلى اختياره محاولين جمع كل ماقيل في هذا الشأن ، وإزالة الغموض عن النصوص القانونية بإستقرائها وتحليلها.

أسباب الدراسة

لقد دعاني لكتابة هذا البحث ماحدث ومايحدث من غش في المعامالات بصفة عامة وخاصة في مجال المواد الغذائية ،عندما يقع الشخص ضحية لجشع عديمي الأخلاق والضمير، فإن الخسارة غالبا ماتتعدى الخسارة المادية وهي فقدان بعض أمواله وممكن صحته كذلك، وأيا كان هذا الغش متمثلا في خداع المستهلك لشراء سلعة غير مطابقة للمواصفات القياسية أو غيرها.

وغش المستهلك لايمس فقط إضرارا بامنه وسلامته وصحته، وإنما يمثل خطرا على الإقتصاد الجزائري محليا وعالميا،

كذلك بالإضافة مما سبق ذكره فإن ضعف الخبرة لدى المستهلك وعدم قدرة غالبيتهم على فهم أبعاد السلوك الإجرامي ومواجهته، حيث أن المستهلك قد يجهل أحيانا بصفته مجنيا عليه، ففي حالة الإتفاقات غير المشروعة بين المنتجين أو الموزعين التي تتم بهدف رفع الأسعار فبالرغم من مساسها بالذمة المالية للمستهلك، إلا ان الجريمة لاتكون بالوضوح الكافي مثلما هو الحال في الجرائم التقليدية كالسرقة والقتل بحيث يمكن للمجني عليه أن يشير بأصابع الاتهام إلى أشخاص معدودين وأن يحدد الفاعل فيها.

فيتعين علينا في مجال الحماية الجنائية بيان ماإذا كانت التشريعات التي تدخلت بها الدولة لتحقيق هذه الحماية كافية في تجريم الأفعال التي تضر بالمستهلك أو تعرض مصالحه للخطر.

لذا فإن الحماية الجنائية لحق المستهلك في الإعلام لا يقتصر فقط على دائرة قانون العقوبات بل يتعداه إلى غير نذكره؟.

الدراسات السابقـــة

توجد عدة دراسات تطرقت لهذا النوع من الدراسات، و من هذه الدراسات في هذا المجال نذكر:

1-مذكرة ماجستير بعنوان: حق المستهلك في الإعلام(دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والمصري)، من إعداد عبد الحق ماني بجامعة محمد خيضر ،بسكرة ، 2009، وقد تطرقت هذه الدراسة إلى حق المستهلك في الإعلام من منظور التشريع الجزائري والمصري.

2- مذكرة ماجستير بعنوان: حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة ، من إعداد زوبير أرزقي بجامعة مولود معمري، تيزي وزو 2011، وقد تطرقت هذه الدرا سة إلى حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة.

3- مذكرة ماجستير بعنوان: الغرامة الجزائية في قانون العقوبات الجزائري، من إعداد نواورية محمد بجامعة باجي مختار ،عنابة ، 2005، وقد تطرقت هذه الدرا سة إلى الغرامة الجزائية في قانون العقوبات الجزائري.

4- مذكرة ماجستير بعنوان: حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات، من إعداد بوروبة ربيعة بجامعة بن عكنون الجزائر،2008، وقد تطرقت هذه الدراسة إلى حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات.

ولكن هذه الدراسات لم تتناول الجانب الجنائي لحق المستهلك في الإعلام.

إشكالية الدراســـة

ا نطلاقا من تركيز الدراسة على التعرض للحمايةالجنائية لحق المستهلك في الإعلام فإن الإشكالية الرئيسية للدراسة كالآتي:

ما مدى نجاعة الآليات الجنائية التي أقرها المشرع الجزائري لحماية حق المستهلك في الإعلام؟

و للإجابة على إشكالية الدراسة يجب علينا أن نجيب على الأسئلة الفرعية الناجمة عنها وهي كالآتي:

- ما مفهوم حق المستهلك في الإعلام ؟ وماهي أهم وسائل إعلام المستهلك ؟ وماهي أهم خصائص الحق في الإعلام؟وعلى من يقع واجب إعلام المستهلك؟
- ما أهم الأليات القانونية لتفعيل حق المستهلك في الإعلام ؟، وهل هذه الآليات قادرة على الوصول بالمستهلك للهدف المنشود منها؟
- كيف تسهم المنظمات الحكومية وغير الحكومية في حماية حق المستهلك في الإعلام؟
- ما هي أهم الأطر القانونية التي جسدها المشرع الجزائري لحماية المستهلك وهل هي كافية ؟
- ما أهم العوائق التي تقف في وجه الدولة لحماية المستهلك؟

منهج الدراســـــة

بغية الإجابة على جملة التساؤلات التي تطرحها إشكالية هذه الدراسة، وحتى نصل إلى دراسة علمية منهجية تحليلية لبناء نظرية علمية متكاملة حول الحماية الجنائية لحق المستهلك في الإعلام . إعتمدت الباحثة على مجموعة من المناهج هي كالأتي:

1- المنهج الوصفي التحليلي: وتم أتباع هذا المنهج في وصف وتحديد مفهوم حق المستهلك في الإعلام ووصف وتبيين مداخله وآلياته وأسسه القانونية، واتبعناه كذلك من أجل تحليل المواد القانونية التي سنت في التشريع الجزائري للوصول إلى فكرة نوضحها، ونزيل الغموض حولها، وكذا لإشباع الطالب بالمعارف القانونية في هذا الموضوع المفيد في التخصص.

2- **المنهج التاريخي:** وقد أتبعنا هذا المنهج لسرد بعض الأحداث التاريخية سواء للمستهلك أو حقه في الإعلام محل الدراسة.

خطة الدراســــــة

خطة البحث تعد انعكاسا للهدف المبتغى من الدراسة ، الذي يهدف إلى إثراء هذه الحماية في التشريع الجزائري من ناحيتين، الموضوعية والإجرائية ،وما يمكن أن يؤدي إلى تطوير في الشق الموضوعي سواء باستحداث أشكال جديدة من المسؤولية، وأنماط التجريم، ومن ناحية أخرى فسيجري تتبع الإجراءات الجنائية سواء في مرحلة ضبط الجريمة أو تحريك الدعوى الجنائية عنها وأيضا محاكمة المتهمين عنها بالعقوبات، أو الجزاءات التي تحد من ارتكابها، وأخيرا دور الدولة والمنظمات الدولية لحماية حق المستهلك في الإعلام .

ولذلك اتبعنا الخطة التالية لتوضيح ماتم سرده سابقا كالآتي:

تطرقنا في الفصل الأول إلى الإطار النظري لحق المستهلك في الإعلام والذي قسم إلى مبحثين تناول المبحث الأول مفهوم حق المستهلك في الإعلام، والثاني مضمون حق المستهلك في الإعلام.

أما الفصل الثاني فقد تطرق إلى الآليات الموضوعية لحماية حق المستهلك في الإعلام، والذي قسم إلى ثلاثة مباحث، حيث تناول المبحث الأول الجرائم المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام، والمبحث الثاني المسؤولية الجنائية في مجال حماية حق المستهلك في الإعلام أما فيما يخص المبحث الثالث تناولنا فيه الجزاء المطبق على جرائم حق المستهلك في الإعلام.

وتناولنا في الفصل الثالث الأحكام الإجرائية لحماية حق المستهلك في الإعلام، بحيث قسم هذا الفصل إلى مبحثين، أخذنا في المبحث الأول قمع الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام، وفي المبحث الثاني دور المنظمات الحكومية وغير الحكومية في حماية وترقية حق المستهلك في الإعلام. وختمنا هذه الدراسة بخاتمة عامة.

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي لحق المستهلك في الإعلام

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي لحق المستهلك في الإعلام

تمهيـــــد وتقسيم

الإنسان منذ أن عُرفَ وهو في وتيرة منتظمة من حيث سن التشريعات، بعد ما كان يسود حياته قانون الغاب، فبدأ في تنظيم حياته وخاصة التعاملات التي بدأت تكثر وتتنوع، بتنوع الحاجيات التي يسعى لطلبها ومن بينها السلع والخدمات. التي لابد من معرفة خصائصها، ولهذا أقر حقه في العلم بها، والتزام على من يعرضها، يستوجب عليه المسؤولية، التي تختلف من حيث الإقرار بالطبيعة القانونية لهذا الحق، التي ثار فيها اختلاف.

وإقرار هذا الحق راجع للأهمية التي من خلالها، دفعت هذه التشريعات إلى إيلاء الاهتمام الكبير حول تنظيمها، وإقرار المسؤولية على عاتق من يخالفها، في عصر زاد فيه الجشع والطمع في الربح السريع مما يضر بالطرف الضعيف، الذي يجد نفسه ضحية الغش والتلاعب التي تكون من إحدى الوسائل التي يلجأ إليها المحترف، حتى وإن ترتب عليها ضرر بفئة المستهلكين.

ومن هذا المنطق وقبل التطرق إلى الأحكام الموضوعية والاجرائية التي اقرها القضاء الجزائري لحق المستهلك في الإعلام كان لا بد من الإلمام بكافة المفاهيم والمعلومات المتعلق به وخاصة بعد صدور القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الذي كرس اجبارية إعلام المستهلك من خلال نصوص المواد 17-18 من القانون السابق الذكر.

ونخص بالدراسة في هذا الفصل على مفهوم حق المستهلك في الإعلام (المبحث الأول)، مضمون حق المستهلك في الإعلام(المبحث الثاني).

المبحث الأول: مفهوم حق المستهلك في الإعلام

أقرت النصوص القانونية على حق المستهلك في الإعلام صراحة ولذلك ستركز دراستنا في هذا الفصل على تعريفه وتمييزه عن بعض المصطلحات المشابهة له لإزالة الإلتباس بينه وبين تلك المصطلحات التي قد تداخل معه مع التطرق إلى أسس وشروط الالتزام بالإعلام في(المطلب الأول) وخصائص الالتزام بالإعلام وطبيعته القانونية في(المطلب الثاني).

المطلب الأول: التعريف بحق المستهلك في الإعلام

حق المستهلك في الإعلام يعتبر في الجهة المقابلة التزام بالإعلام، ولتحديد المعنى القانوني الصحيح لهذا الحق وجب التطرق إلى تعريف الالتزام بالإعلام من المنظور الاصطلاحي، وتمييزه عن بعض المصطلحات المشابهة له، لإزالة الالتباس بينه وبين تلك المصطلحات، التي قد تتداخل معه من حيث المفهوم.

الفرع الأول: تعريف حق المستهلك في الإعلام

حق المستهلك في الإعلام ،هو أحد الحقوق التي منحتها التشريعات القانونية للمستهلك، قوامها إعلام المستهلك بالمعلومات المتعلقة بالعقد المراد إبرامه، وقبل التطرق لمضمون هذا الحق، وجب تعريف حق المستهلك في الإعلام تعريف الالتزام بالإعلام أولا، ثم التطرق إلى تحديد الأسس الالتزام ودواعي قيامه ثانيا.

أولا: تعريف الإلتزام بالإعلام

عرف الإعلام لغة: "هو تحصيل حقيقة الشيء ومعرفته واليقين منه" أما في الاصطلاح الصحفي: " يقصد به عملية توصيل الأحداث والأفكار لعلم الجمهور عن طريق وسائل عديدة سواء كانت مسموعة أو مرئية أو مكتوبة، ويشترط في الإعلام المصداقية والوضوح." [1]"

. كما عرّف الإعلام بأنه: " تحصيل حقيقة الشيء معرفته والتيقن منه" [2]"

والإعلان: يعرف بأنه "كل ما يستخدمه التاجر لتحفيز المستهلك على الإقبال على سلعته سواء تم ذلك بالوسائل المرئية أو المسموعة أو المقروءة وهو ما يسمى بالإعلان الاستهلاكي" [3]".

أو "هو ما ينشره التاجر في الصحف السيارة أو في النشرات الخاصة تعلق على الجدران أو توزع على الناس من أجل الترويج.

---

[1]- علي بولحية بن بوخميس، **القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري**، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة الجزائر، بدون سنة نشر، ص 50-51.

[2]-خالد ممدوح إبراهيم، **حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية(دراسة مقارنة)**، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007، ص 84.

[3]- عبد المنعم موسى إبراهيم، **حماية المستهلك**، منشورات الحلبي الحقوقية بيروت، لبنان ط1، 2007، ص 176.

والإعلام بصفة عامة هو نشر الحقائق والمعلومات والأخبار بين الجمهور بقصد نشر الثقافة بين الأفراد وتنمية الوعي السياسي"[1]"

والإعلام أحد أشكال الاتصال التي تقدم بيانات ومعلومات للجمهور بقصد تكوين أو تصحيح فكرة أو دعم الثقة في فكرة أو نظام ما يعتقد في نموذجيته." [2]"

فالمشرع الجزائري لم يورد تعريفا للالتزام بالإعلام واكتفى بالنص عليه في قانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك وفي قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

واجتهدا فقهاء القانون في وضع تعريف يقع على عاتق كل المهنيين سواء منهم من يقدمون السلع أو من يعرضون الخدمات." [3]"

"يلزم الفقه صانع السلعة أو البائع على التوالي من مشتري الشيء لواحد أو أكثر من المرسل إليهم المبيعات، هدفا أساسيا في خدمة مصالح هؤلاء بطريقة ملائمة"." [4]"

نستنتج من هذا التعريف أن الإعلام الذي يلتزم به البائع بتقديمه إلى المستهلك "المشتري" يجب أن يتكون من عناصر تساعد على معرفة حقيقة الشيء المبيع وذلك بإحاطة المنتج بكل المعلومات اللازمة " [5]"، سواء كانت هذه العناصر الإعلامية في معلومات أو بيانات أو إشارات أو تنبيهات أو تحذيرات أو غيرها، كما يلتزم الصانع أو البائع بتقديم الإعلام إلى كل الأشخاص على حد سواء.

وعرف الالتزام قبل التعاقد، بالالتزام بأنه : " التزام سابق على التعاقد قد يتعلق بالتزام أحد المتعاقدين"، بأنه يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد، البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم كامل متنور على علم بكافة تفصيلات العقد.

وذهب البعض الآخر من فقهاء القانون في تعريف الالتزام قبل التعاقد بالإعلام بأنه "التزام عام يعض المرحلة السابقة على التعاقد في جميع عقود الاستهلاك، ويتعلق بالإدلاء بكافة المعلومات من شأنها إلقاء الضوء على واقعة أو عنصر ما من عناصر التعاقد حتى يكون الطالب على بينة من أمره بحيث يتخذ قراره الذي يراه مناسبا على ضوء حاجته وهدفه من إبرام العقد." [6]"

---

[1] –أحمد السعيد الزرقد، **الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة**، دار النهضة العربية، القاهرة، 2007، ص 31.

[2] – القاضي أنطوان الناشف، **الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والإجتهاد القضائي" دراسة تحليلية شاملة**، منشورات الحلبي الحقوقية بيروت، لبنان، بدون سنة النشر، ص 14-15

[3] – عبد المنعم موسى إبراهيم، **المرجع السابق**، ص 170.

[4] – القاضي أنطوان الناشف، **المرجع نفسه**، ص 17.

[5] – مرفت عبد المنعم صادق، **الحماية الجنائية للمستهلك**، مركز راجا، القاهرة مصر، ط2، 2001، ص 172.

[6] – عبد الله ذيب عبد الله محمود، **حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني دراسة مقارنة**، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2006، ص49.

أما الجانب الثالث من الفقه فقد عرفه بأنه: " التزام قانوني عام سابق على التعاقد يلتزم فيه المدين بإعلام الدائن في ظروف معينة إعلاما صحيحا وصادقا بكافة المعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد، المراد إبرامه والتي يعجز عن الإحاطة بها بوسائله الخاصة ليبني عليها رضاءه بالعقد" [1]"

كما عرف الالتزام بالتعاقد بالإعلام عبر شبكة الانترنت " الإعلام عبارة عن التزام قانوني سابق على إبرام العقد يلتزم بموجبه أحد الطرفين الذي يملك معلومات جوهرية ويخص العقد المجمع إبرامه بتقديمها إلى الطرف الآخر بهدف أن يصدر الرضى صحيحا سليما من طرفي العقد." [2]"

وهناك من يرى أن الالتزام بالإعلام الالكتروني قبل التعاقد " التزام عام يعض المرحلة السابقة في جميع العقود الالكترونية "[3]"

ومن التعاريف السابقة يتضح أن جوهر الالتزام المهني قبل التعاقد بإعلام المستهلك هو البيانات والمعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات المجمع التعاقد عليها حتى يكون المستهلك "المشتري" على بينة من أمره ويتخذ قراره بالإقدام أو الإحجام بناء على رضى سليم كامل ومتنور وبإرادة واعية للنتائج المترتبة على القرار الذي سيتخذه"[4]" مما يحقق حماية لمصالح وسلامة المستهلك.

أما ما يتعلق بالالتزام بالإعلام التعاقدي فقد اصطلح عليه عدة اصطلاحات منها الإفضاء، الاختبار، التبصير، النصح، الإدلاء بالبيانات، تقديم المعلومات، ...إلخ ولهذا سوف نقوم بتعريف هذه المصطلحات انطلاقا من تمييزها عن الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي.

رغم أن هناك من يرى أن بعض منها هو تكملة للآخر، حيث يرى الدكتور محمد حسين منصور أن الالتزام التحذير ولفت الانتباه لكل ما يستدعي ذلك محل العقد، هو التزام مكمل للالتزام بالتبصير أو الإعلام، ينطبق بالدرجة الأولى على مخاطر تهدد أمن وسلامة الشخص." [5]"

-الالتزام بالإفضاء

عرف بأنه واجب قانوني يقع على عاتق منتجي وبائعي الصناعة الخطرة بالإدلاء للمشتري بكافة بياناتها وخاصة تلك المتعلقة بكيفية استخدامها والتحذير مما قد ينجم من أضرار أثناء استعمالها أو الاحتفاظ بها".

---

[1]– عبد الله ذيب عبد الله محمود، **المرجع السابق**، ص49.

[2]– السيد محمد السيد عمران، **حماية المستهلك أثناء تكوين العقد**، منشأة المعارف، الأسكندرية، 1986 ،ص 50.

[3]– عبد الله ذيب عبد الله محمود، **المرجع نفسه**، ص 49.

[4]– ممدوح محمد مبروك، **أحكام العلم بالمبيع وتطبيقاته في ضوء تقديم وسائل التكنولوجيا المعاصرة وفقا للقانون المدني المصري والفرنسي والفقه الإسلامي وأحكام القضاة**، المكتب الفني للإصدارات القانونية، القاهرة، 2000 ، ص 164.

[5]– محمد حسين منصور، **أحكام البيع التقليدية والالكترونية والدولية وحماية المستهلك**، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2006، ص 41.

-الالتزام بالتبصير

عرف بأنه " تنبيه أو إعلام طالب التعاقد بمعلومات من شأنها إلقاء الضوء على واقعة ما، أو عنصر ما من عناصر التعاقد المجمع حتى يكون الطالب على بينة من أمره بحيث يتخذ قراره الذي يراه مناسبا على ضوء حاجته وهدفه من إبرام العقد.

ومن هذه التعاريف المدرجة سابقا نستنتج أن الالتزام بالإعلام له معنيين ويتمثل الأول في الالتزام بالإعلام التعاقدي والثاني في الإلتزام قبل التعاقدي بالإعلام والذي سنأتي على شرحه من خلال التمييز بينهما، وتمييزه عن بعض المصطلحات المشابهة له." [1]"

ثانيا: التمييز بين الالتزام بالإعلام وما يشابهه من مصطلحات

قبل التطرق للتفرقة بين الالتزام بالإعلام وما يشابهه نتطرق إلى تمييز والإعلام ما قبل التعاقدي عن الإلتزام بالإعلام التعاقدي:

1- تمييز الالتزام قبل التعاقدي بالإعلام عن الالتزام التعاقدي بالإعلام

يصعب التفرقة بين الالتزامين، ففي ضوء تماثل الهدف المنشود من تقريرهما، وهو العمل على تنوير وتبصير المستهلك الذي يتم توجيهه الإعلام إليه بأمور العقد الجوهرية، والتي يصعب عليه الإحاطة بها أو الإلمام بمضمونها إلا من خلال الحرفي، وبالرغم من ذلك نجد:

فالتشريع والقضاء الجزائري لم يفرق بين هذين الالتزامين "الالتزام العقدي بالإعلام والالتزام بالإعلام ما قبل التعاقدي" [2]"، إلا أن الاجتهاد الفقهي حاول إعطاء تفرقة بينهما، فنجد الالتزام قبل التعاقدي ينفصل عن العقد وينشأ في المرحلة السابقة على التعاقد أو إبرام العقد حتى ينتج المستهلك رضى حرا يستطيع من خلاله أن يبرم العقد أو أن يرفض إبرامه وكل معطيات التعاقد واضحة أمامه .

وبذلك فإن التزام المتعاقد مع المستهلك بالإعلام قبل التعاقدي يختلف عن ذلك الالتزام بالإدلاء بالبيانات والمعلومات اللازمة لتنفيذ العقد ولتجنيب المستهلك الأضرار الناجمة عن تنفيذه أو عن الاستمرار في استخدام السلعة والاستفادة من الخدمة.

وإذا كان الالتزام العقدي بإدلاء البيانات والمعلومات ينشأ بمناسبة كل عقد على حدى وفي حدود ما يقتضيه ذلك العقد فإن الالتزام قبل التعاقدي بالإعلام هو التزام عام في شأن كل عقود الاستهلاك ويهدف إلى تنوير رضاء المستهلك مما يجعل سلامة وصحة الرضاء أساسه وجوده." [3]"

أما من حيث المسؤولية المترتبة فإن الإخلال بالإعلام اللاحق على التعاقد أو التعاقدي يؤدي إلى بطلان العقد أو إلى انعقاد المسؤولية العقدية، أما الإخلال بالتزام الإعلام قبل التعاقدي يرتب

---

[1]- عمر محمد عبد الباقي، **الحماية العقدية للمستهلك "دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون**، منشأة المعارف، الاسكندرية، 2004، ص223.

[2] - Christian larrmount, Droit civil (les obligations le contrat), tome 3, Dalloz , delta, 1996, P 336.

[3]- عبد المنعم موسى إبراهيم، **المرجع السابق**، ص 370.

المسؤولية التقصيرية، وبذلك بواجب العلم قبل إبرام العقد، كما يعتبر من المسؤولية العقدية لأنه من قبيل الوسائل التدليسية، والتدليس يعتبر من عيوب الرضا، ويؤدي إلى قابلية العقد للبطلان." [1]

ولعل بعض الفقه يطرح صعوبة التمييز بين هذين الالتزامين السابقين بل واستحالتها أحيانا، فقد قال الأستاذ جاك جستان أن " الحدود الفاصلة بين هذين الالتزامين لا يمكن رسمها بوضوح إن لم يكن هذا التحديد مستحيل."[2]

2- التمييز بين الالتزام بالإعلام وباقي المصطلحات الأخرى

يتشابه الالتزام بالإعلام مع بعض المصطلحات بالالتزام بتقديم المشورة والالتزام بتقديم النصيحة، فيجب التمييز بين هذين المصطلحين ومصطلح الالتزام بالإعلام.

أ- تمييز الالتزام بالإعلام عن الالتزام التعاقدي بتقديم الاستشارات الفنية

الالتزام التعاقدي بتقديم الاستشارات، هو التزام ناشئ عن عقد خاص يكون الهدف من إبرامه هو تقديم الاستشارة أو النصيحة الفنية من أجل الخبرة، أما الالتزام العام بالإعلام فهو التزام سابق عن العقد بإعلام المستهلك بالبيانات الضرورية يهدف إلى تنوير إرادة المستهلك بالشروط والأوصاف المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل العقد، وهو مرتبط بجميع عقود الاستهلاك ومنه ليس التزاما خاصا للقيام بعمل محدد أو الامتناع عن عمل محدد متفق عليه بين الدائن والمدين."[3]

أما الالتزام العقدي بتقديم الاستشارة والنصيحة الفنية محله التزام المحترف صاحب الخبرة الفنية بتقديم معلومات محددة في العقد واللازمة لأجل عملية معينة يحددها المتعاقدان مسبقا.

إضافة إلى أن هناك من يرى أن الالتزام بالإعلام والالتزام بتقديم المشورة لاختلاف كبير بينهما لأن كلاهما ينطوي على نقل المعلومات والبيانات اللازمة لحسن إبرام العقد وتنفيذه،والاختلاف الذي يمكن أن يكون بينهما أن أحدهما يتقدم على الآخر،فالالتزام بالإعلام يتقدم على الالتزام بتقديم المشورة. "[4]

ب- تمييز الالتزام بالإعلام والالتزام بتقديم النصيحة

الالتزام بالإعلام، يعتبر إعلاما بسيطا حيث أن الإخلال الالتزام بالنصيحة قد ينجر عنه عواقب تصل إلى حد المساس بسلامة الجسم، ومنه أن الالتزام بالنصيحة يفرض عليه أكثر من الواجب المفروض في الالتزام بتقديم المعلومات.

---

[1]- السيد محمد السيد عمران، **المرجع السابق**، ص54.

[2] – السيد محمد السيد عمران، **الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الانترنيت**

http://www.liecedu.com/ le 03/04/2011

[3]- حسن عبد الباسط جمعي، **حماية المستهلك"الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الإستهلاك**، دار النهضة العربية، القاهرة1996، ص 15-16.

[4]- حسين حسين البراوي، **عقد تقديم المشورة "دراسة قانونية لعقد تقديم الاستشارة الفنية**، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998، ص 34.

وواجب التحذير هو عبارة عن نصيحة سلبية ،وهو التزام عقدي من ضمن الالتزامات العقدية المفروضة على عاتق المتعاقد ،ذلك لأن العقود تنشئ بالإضافة إلى التزاماته الأصلية التزامات تبعية على عاتق أحد ما فيها، بأن يحذر الآخر أو إثارة انتباهه على العواقب التي يمكن أن تنجر عن عدم الأخذ بالنصائح الموصى بها، فهو واجب أكثر دقة من الالتزام بالإعلام الذي يعتبر إعلاما بسيطا، حيث أن الإخلال بالالتزام بالنصيحة قد ينجر عنه عدم الأخذ بالنصائح الموصى بها" [1]".

فقد بذل الفقه في فرنسا قصارى جهده من أجل بيان حدود واجب الإعلام والنصيحة رغم أن القضاء الفرنسي استعمال للمصطلحين معا "الالتزام بالإعلام، الالتزام بتقديم النصيحة"، وانتهى إلى أن الالتزام بالإعلام يهدف إلى تقديم خيار موضعي، أما النصيحة فتهدف إلى إعطاء إعلام ملائم ،يتناسب وحاجات المتعاقد مع المحترف، وهو يفترض تقدير يتماشى والمقتضيات الملائمة ليؤدي إلى توجيه المتعاقد في اتخاذ القرار المناسب.

غير أن الاجتهاد القضائي الفرنسي شهد تطورا ملحوظا في الأعوام الأخيرة ،لفائدة ضحايا الأضرار، حيث أصبح يوقع على المحترف نفسه عبئ إثبات قيامه الفعلي بواجب الإعلام والنصيحة ،استنادا إلى نص المادة 2/1315 من القانون المدني الفرنسي ويجوز إثباته بكافة طرق الإثبات.

لقد سبق وتعرفنا أن هذا الالتزام المتمثل في فرض الالتزام على عاتق البائع أو المنتج بإعلام المستهلك عند عرض السلعة على جمهور المستهلكين تم من صنع القضاء الذي لجأ إلى فرض هذا الالتزام قبل تقنيته في قوانين متعلقة بحماية، لما له من فائدة في حماية الطرف الضعيف في عملية التعاقد أو إبرام العقد الاستهلاكي هذا العقد الذي هر في زمن ليس ببعيد.

وبعدها تم تعيين هذا الالتزام وبما هو عليه الآن ،ولكن ما هي الأسس التي قام عليها هذا الالتزام والمبررات التي أدت إلى الاعتراف بهذا الحق" [2]".

الفرع الثاني: أسس الالتزام بالإعلام ودواعي قيامه

إن الأساس القانوني للالتزام بالإعلام ناتج عن محاولات فقهية، وقد ظهرت عن هذه المحاولات عدة نظريات فقهية، تبنى كل واحد منها اتجاها مختلفا عن الآخر، وأهمها من الاختصار

أولا- أسس الالتزام بالإعلام

في العلاقات التعاقدية كل منتج أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية يسعى دائما في علاقته مع المستهلك إلى انتزاع رضا هذا الأخير.

لكن وفق ما يخدم ويحقق مصالحه والغايات التي تأسس من أجلها بشكل عام، ولا يتوانى في الوصول إلى ذلك باللجوء إلى استعمال جل الأساليب وإن انطوت على مغالطات عملية وممارسات لا

---

[1]- بودالي محمد، **الإلتزام بالنصيحة في عقود الخدمات "دراسة مقارنة "**، دار الفجر للنشر والوزيع، القاهرة، 2005، ص 32-33 .

[2]-PHILIPPE LE TOURNEAU LOIC CADIET, droit de la responsabilité, Dalloz, delta, 1997, p 426.

أخلاقية، فوضع بنود تعسفية في العقد شيء عادي واستعمال إشهار تضليلي شيء ضروري والامتناع عن واجب النصيحة والوضوح في تحديد الأسعار شيء مطلوب"[1]".

إلا أنه من نظرة نقدية لهذا الرأي السابق، أن الالتزام بالإعلام جاء ليعالج قصور نظرية عيوب الرضا عن إسداء الحماية القانونية الكافية للمشتري الأمر الذي لا يجعل من هذه النظرية أساسا قويا للالتزام بالإعلام، وكذلك رغم الاتفاق حول الغرض وهو ضمان صحة الرضاء.

فنطاق الالتزام بالإعلام أوسع من نطاق عيوب الرضاء، وكذلك من حيث الجزاء الذي لا يقتصر على البطلان، بل يرتب مسؤولية البائع.

1-الالتزام بالإعلام أساس الالتزام بالضمان

أ- الالتزام بالضمان:"L'obligation de garantie"

يلتزم المنتج للمقتني (A cquéreur) لأي منتوج سواء كان أجهزة، أوأدوات، أو آلات أوأي تجهيزات أخرى، ويقضي القانون بضمان تدوم صلاحيته حسب طبيعة المنتوج.

و الضمان هو حق من حقوق المستهلك يتم دون مصاريف إضافية وكل شرط مخالف لذلك يكون باطلا بطلانا مطلقا "[2]".

ورأي من الفقه الفرنسي، ذهب إلى أن التزام البائع بإعلام المستهلك "المشتري" بحقيقة المبيع يجد أساسه القانوني في الالتزام بالضمان بمعنى أن الالتزام بالإعلام هو امتداد للالتزام بالضمان فالمعنى الواسع إلا أن هذا الرأي انتقد من عدة جوانب.

فمن حيث مصدره للإنشاء، الالتزام بالضمان يجد مصدره في النصوص التشريعية في حين الالتزام بالإعلام ولد على يد القضاء أما من حيث طبيعة الالتزام بالضمان، يعتبر ذو طبيعة عقدية أما الالتزام بالإعلام قد يكون عقدي، وهذا ما سوف نتطرق إليه في الطبيعة القانونية للالتزام.

كما أن الالتزام بالإعلام أكثر اتساعا بالنسبة للالتزام بالضمان" [3]" يضمن المحترف العيوب الخفية أي العيوب غير الظاهرة إذا كان من شأنها أن يؤدي إلى نقص من قيمة السلعة أو الخدمة نقصا

---

[1]- عادل عميرات، **حماية رضا المستهلك أثناء التعاقد**، مداخلة تقدم بها للملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الإنفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القنونية والإدارية ،المركز الجامعي بالوادي، الجزائر، يومي13-14 أفريل،2008 ص 172.

[2]- انظر قانون رقم 02-89 مؤرخ في 07 فبراير سنة 1989، الجريدة الرسمية رقم 6 سنة 1989.

[3] - عبد العزيز المرسى حموده، **الالتزام قبل التعاقدي بالإعلام في عقد البيع في ضوء التكنولوجية الحديثة (دراسة مقارنة)** ، بدون دار النشر،بدون بلد النشر،2005، ص 76-77.

محسوسا، أو إذا كان من شأنها أن تجعلها غير صالحة للاستعمال فيها، أكدت له وفقا لطبيعتها أو وفقا لأحكام العقد"[1]".

إن ما تم ذكره في الضمان وأسباب أخرى دفعت بالقضاء الفرنسي إلى الزام البائع بإعلام المستهلك بالبيانات التي تكفل حسن استعمال المبيع وتجنب أخطاره ." [2]"

ب-الالتزام بالإعلام أساسه الالتزام بتسليم المبيع

لا يستطيع المستهلك الاستفادة من المبيع إلا إذا كانت لديه معلومات كافية على المبيع من طرف البائع، وكذا إخبار المستهلك بمدى خطورته وكيفية تجنبها وإذا أخل البائع بها يعتبر غير منفذ التزامه على الوجه الكامل.

وتزداد أهمية هذا الالتزام في الوقت الحاضر بصدد بيع المنتجات والآلات المتطورة التي ينطوي استعمالها على مخاطر معينة ودقة أسلوب فني محدود يتعذر على المستهلك العادي الإلمام بها، لذا أصبح التزاما مكملا للالتزام بالتسليم."[3]"

كما يجب أن يسلم إليه الكتيبات والنشرات الخاصة بكيفية الاستعمال للمبيع والتحذير من مخاطره، وكيفية الوقاية منها."[4]"

ت-الالتزام بالإعلام أساسه مبدأ حسن النية

ربط القضاء أصل الإلتزام بالإعلام على أساس الإلتزام بتنفيذ العقد،وقد يكون مبدأ حسن النية في المرحلة الأولى من العقد وهي إبرام العقد او في المرحلة الثانية وهي التنفيذ،حيث يفرض على المتعاقد الإدلاء بالمعلومات المتعلقة بالعقد على الطرف الأخر."[5]"

ويتأسس الالتزام بالإعلام على أساس مبدأ حسن النية الواجب مراعاته أثناء تنفيذ العقد،والذي جعل المشرع الفرنسي أساسا يتحكم في تنفيذ العقود وعلى ذلك يقع على البائع واجب النزاهة في تنفيذ العقد، وقد يمتد هذا الالتزام إلى مرحلة ما قبل العقد، وهو ما يعرف بالالتزام قبل التعاقدي بالإعلام،

[1]- علي محمد جعفر، **المبادئ الأساسية في قانون العقوبات الاقتصادي وحماية المستهلك** ، معهد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع بيروت، ط1، 2009، ص 59.

[2]- عبد الحق ماني، **حق المستهلك في الإعلام (دراسة مقارنة) بين التشريع الجزائري والمصري** ، مذكرة ماجستير في قانون أعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2009، ص، 39.

[3]- لحسين بن شيخ آت ملويا ، **المنتقى في عقد البيع (دراسة فقهية قانونية وقضائية مقارنة)**، دارهومه للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر 2005، ص 305.

[4]- ممدوح محمد مبروك، **المرجع السابق**، ص 274.

[5]-www.jac.cerdacc.uha.fr/recherche/jcerdacc.msf/nomunique/a51038bef/c316dec127131002d907/file/intev entoin%20me%20lievermont.pdf. Le 12/03/2011

وهذا ما يرد الالتزام قبل الإعلام إلى الطبيعة العقدية لهذا الالتزام رغم نشوئه قبل العقد حسب رأي بعض الفقهاء.

وهذا المبدأ لا يقتصر على مرحلة تنفيذ العقد، بل يمتد ليشمل مرحلة إبرامه وهو ما يطلق عليه مبدأ حسن النية قبل التعاقدي، ومنه فهو يبدأ من لحظة المفاوضات العقدية التمهيدية، حيث يلزم المتعاقدان بالصدق والأمانة تجاه الآخر، بمقتضى ذلك يجب أن يدلي البائع للمشتري قبل أو عند التعاقد بكافة المواصفات والبيانات المتعلقة بالمبيع، والتي يجعل المستهلك يقدم على التعاقد عن بينة من أمره، فيجب على المتعاقد الآخر الذي يعلم بالمبيع أن يضع تحت تصرف المتعاقد الآخر "المستهلك" كافة المعلومات الضرورية المتعلقة بالسلعة وطريقة الاستعمال، والمخاطر التي يحتمل أن تنجم عن هذا الاستعمال، وطرق الوقاية منه "[1]".

ث- الالتزام بالإعلام أساسه بالالتزام بمقتضيات العقد

يؤسس كثيرمن الفقهاء الالتزام بالإعلام على أساس أن المتعاقد ملزم بما ورد في العقد، وما هو من مستلزماته، وفقا للقانون المدني والعرف وعلى العدالة وذلك بحسب طبيعة الالتزام، ومنه أصبح الالتزام بالإعلام من مستلزمات التعاقد، والذي يمكن أن يضيفه القاضي إلى مضمون العقد إذا كان العرف أو العدالة أو مبادئ القانون الطبيعي تقتضي إضافته إليه بغرض حماية المستهلك وهو الطرف الضعيف في العقد "[2]".

ج- الالتزام بالمبيع أساسه العلم بالمبيع

نصت المادة 1/352 من القانون المدني الجزائري " يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا،يعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه. "[3]"

ويتضح من هذا النص أن المشرع الجزائري، يوجب علم المستهلك بالمبيع علما كافيا وهو ما يقتضي بمفهوم الموافقة لهذا النص، أن يقوم البائع باعتبار أن المبيع يكون في حيازته قبل العقد بتهيئة وسائل تحقق إعلام المستهلك بالمبيع ليتحقق له العلم به، لاسيما إذا تعذر على المستهلك إدراك ذلك

---

[1]- أحمد السعيد الزرقد، **المرجع السابق**، ص 39-40.

[2]- عبدالعزيز المرسى حموده، ، **المرجع السابق**، ص 78.

[3]- مصطفى العوجي،**القانون المدني الجديد(العقد ومقدمة في الموجبات المدنية)**، الجزء الأول، منشورات الحلبي الحقوقية،بيروت، لبنان،2007 ، ص 182.

العلم وتحقيقه بوسائله الخاصة، ولا ريب أن العلم المفيد للمشتري في تحقيق أهدافه ومصالحه هو العلم السابق على تقرير التزام بالإعلام بكافة الأوصاف الأساسية للمبيع على عاتق البائع لصالح المستهلك.

كما تأكد هذا الوجوب من خلال القانون المتعلق بحق المستهلك في الإعلام فأصبح الأساس الذي يقوم عليه الالتزام بالإعلام هي النصوص القانونية مثلا في التشريع الجزائري أساس حق المستهلك في الإعلام ذكرتها المادة 17 و18 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش. كذا المواد 04-05-08 من قانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، والنصوص التنفيذية المتعلقة بالوسم والإعلام. "[1] "

ثانيا- دواعي فرض الالتزام بالإعلام

فرض الالتزام بالإعلام ، وهو التزام ينير إرادة المستهلك الذي قد يقوم على التعاقد في ظل رضا حقيقي وواقعي مبتهر ومنه يمكن تقديم مبررات نشوء الالتزام بالإعلام إلى نقص الخبرة التي يتمتع بها مما يوجب إعادة التوازن بين المستهلك والمحترفين .

1-إعادة التوازن بين طرفي الالتزام

يلعب الالتزام بالإعلام المستهلك " المشتري " وإمداده بالبيانات والمعلومات دورا هاما في حماية رضا المستهلك الذي يتمكن بسبب مركزه العقدي المتميز بالضعف من الوصول إليها.

وبالتالي يتصور هذا الفقه الحماية التقليدية للطرف المذعن هي الأساس في تقدير هذا الالتزام وأن المعالجة التشريعية بقصد حماية الطرف المذعن تؤدي في ذات الوقت إلى حماية المستهلك." [2]"

ولقد سبق للقضاء التشريع بالعمل على تحقيق التوازن بين المراكز العقدية لطرفي العقد في مجالات مماثلة كما في عقود الإذعان عن طريق منح القاضي سلطة تقديرية في تعديل أو إلغاء ما قد يرد في العقد من شروط تعسفية.

فاعتبر الالتزام بالإعلام حماية وقائية للمستهلك لأنه بفرضه هذا الالتزام على عاتق البائع أو المنتج فإنه ملزم بالبوح عن مخاطر المنتجات للمستهلك ومنه فهو يقيه من هذه المخاطر التي قد تنجم عن استعمالها أو بطبيعتها.

كما أن التفاوت قد يزداد في مجال الخدمات، خاصة الخدمات ذات التكنولوجيا العالية أو المعقدة، فمنها نجد إمكانية ومعارف المستهلك العادي منخفضة جدا إن لم نقل منعدمة." [3]"

ولهذا يجب أن تقدم المعلومات من طرف المحترف للمستهلك، وأن تكون هذه المعلومات نزيهة وشفافة، وكل إعلام غامض يرجع على المحترف." [1]"

[1]– المادة 352 من القانون المدني الجزائري

[2]– عبد المنعم موسى إبراهيم، **المرجع السابق**، ص 374.

[3] - La loi sur la protection du consommateur et le domaine de l'automobil, lettre d'affaires, office de la protection du consommateur, Quelbec ,Canada, mars 2004, P 2.

وكذا فرض التزام بإشهار الأسعار على السلع والخدمات بالإضافة إلى المعلومات المتعلقة بخصائص السلعة وكذا شروط التعاقد وحدود المسؤولية التعاقدية، وكل هذا من أجل حماية القدرة الشرائية للمستهلك، والمنع من استغلاله، ومن هذا الغرض يمكن إعادة التوازن بين المستهلك والمحترف، وشروط هذا الإعلام أن يكون شفاف وشرعي منصب على المنتوجات وخدمات التي تعرض على المستهلك، والتي يقدمها المحترف."[2]

المطلب الثاني: شروط الالتزام بالإعلام وطبيعته القانونية

تميز الالتزام بالإعلام بشروط عدة، والتي يقوم عليها هذا الالتزام وتميزه عن باقي الالتزامات الأخرى، والتي نستشفها من التعاريف المذكورة سابقا، ثم نبين الطبيعة القانونية لهذا الالتزام

الفرع الأول: شروط الالتزام بالإعلام

هو الالتزام خاص عن باقي الالتزامات الأخرى إلى تعرف في القانون المدني لما له من شروط محددة الالتزام بالإعلام الصادر عن المدين به وأوصاف خاصة به لذا وجب التطرق إلى شروط ثم الأوصاف الخاصة به

أولا: الشروط

الغاية من فرض الالتزام بالإعلام هو تنوير إرادة المستهلك الذي يقدم على التعاقد لتمكينه من الاختيار الحر والسليم لمحل التعاقد عليه، وبالطريقة التي تحمي مصالحه، وحتى يفي الالتزام بالإعلام الغاية التي فرض منها لابد أن يكون الإعلام الصادر على المدين مفهوم، كافيا ،صادقا، ودقيقا.

1-يجب أن يكون الإعلام بسيط ومفهوم

لتحقيق الغاية من الالتزام بالإعلام لابد أن تكون عباراته سهلة بسيطة في عرض المعلومات المتصلة بالعقد ليتمكن المستهلك من إدراكها، وأن يكون واضح في أسلوبه وباللغة التي يفهمها، وأن يتخلى عن الأسلوب المعقد والمركب، التي يعجز غير المتخصصين عن فهم مدلولاتها وإدراك مضامينها.

كما يجب أن يراعي عند الإعلام الظروف الشخصية للمستهلك بالمستهلك ذو المؤهلات العملية يكون الإعلام بالشبه له، على غرار المستهلك الذي لا يمتلك تلك المؤهلات العلمية فمثلا بائع الأجهزة الكهرومنزلية ،أو الطبيب لا يكون إعلامه بالنسبة للحالتين بأسلوب واحد." [3]

---

[1]- رضا عبد الحليم عبد المجيد، **المسئولية القانونية عن إنتاج وتداول الأدوية والمستحضرات الصيدلية**، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005، ص 9.

[2]- ممدوح محمد مبروك، **المرجع السابق**، ص 164.

[3]- خالد جمال أحمد، **الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد**، دار النهضة العربية، القاهره، بدون سنة النشر، ص 371 ومايليها.

2-يجب أن يكون الإعلام كافيا

لا يكفي للإعلام الصادر عن المحترف أن يكون مفهوما وبسيطا، ولكن يجب أن يتسم بالكفاية حتى يتمكن المستهلك مع العلم والإطاحة بجميع العناصر الجوهرية المتصلة بالعقد لكي يستطيع أن يكون إرادة غير معيبة والإعلام الناقص أو الإعلام غير الكافيا ولا يحقق الهدف المنشود من الالتزام بالإعلام.

ويكون الإعلام كافي إذا كان يحيط بجميع المعلومات المتصلة بالعقد المراد إبرامه، وهذا ما يفتقده الإعلام في الآونة الأخيرة، وهذا ما نشهده من كثرة الإشهار الكاذب والمضلل والدقة في الإعلان أن يقدم إعلاما محددا بالقدر الذي يساعد المستهلك على تكوين القرار الصحيح بشأن العقد المقبل على إبرامه.

ثانيا: أوصاف الالتزام بالإعلام

الالتزام بالإعلام من أوصافه أنه سابق على تنفيذ العقود عام في جميع العقود، ذو طبيعة وقائية، ومستقل وسنأتي على تفسير كل مصطلح من المصطلحات السابق.

1-التزام سابق على تنفيذ العقد عام

أ- تنفيذ يسبق تنفيذ العقد

الالتزام بالإعلام يجد محالة في المرحلة السابقة أو المعاصرة لنشوء العقد وهي مرحلة تكوين الرضا ولا ينبغي أن يكون الوفاء به سابق على التعاقد بفترة طويلة بحيث يمكن أن يعتري محل العقد أو ظروف التعاقد بعض التغيرات التي من شأنها تعديل وجه الرأي في التعاقد إجمالا ، كما أن إعلام المستهلك بهذه البيانات والمعلومات لحظة إبرام العقد بعد إجراء متأخرا للغاية ، إذا ما أراد الحصول على تأثيرات ما في شأن قراره بالتعاقد." [1]"

ب-التزام عام

هو التزام على جميع العقود، وليس التزاما خاصا بعقد معين، فهو يشمل جميع العقود التي محلها السلع أو الخدمات، إلا أنه فقد تتفاوت درجة الالتزام بالإعلام. ففي العقود التي تكون محلها منتجات خطيرة بطبيعتها يزداد هذا الالتزام كما يتشدد فيه القضاء، لما قد ينجم عن هذه المنتجات، نذكر منها على سبيل الحصر المواد المتفجرة وألعاب الأطفال الخطيرة والأجهزة المنزلية أو غير المنزلية التي تشتغل بالكهرباء أو المواد الطبية التي تشكل خطرا على صحة المستهلك، إذا لم يبين لمستهلكها الطريقة الحسنة للاستعمال والمقادير التي يجب تناولها وفترات التناول.

---

[1]- خالد جمال أحمد،**المرجع نفسه**، ص 375.

وهذا الحق في الإعلام حق عام لجميع المستهلكين، ولا يقتصر على المستهلك المقبل على التعاقد كما أنه، التزام عام على جميع الأعوان الاقتصاديين، وهو حق المستهلك والتزام على الأعوان الاقتصاديين وفق قواعد آمرة، لا يمكن للأطراف الاتفاق على مخافتها، وهذا من بين الأوجه الجديدة التي يتصف بها قوانين حماية المستهلك وتضييقا بمبدأ العقد المتعاقدين.

2- التزام ذو طبيعة وقائية

إن قيام المحترف بإعلام المستهلك، يحقق حماية وقائية للمستهلك من الأضرار التي قد تصيبه في جسمه من الأخطار التي تنطوي عليها المنتوجات من الاستعمال الخاطئ أو المنتوجات الخطرة أو ما له بمعرفة ثمن المنتوج أو الخدمة مما يحمي قدرته الشرائية أو شرفة ، بتفويره وتبصيره." [1]"

3- التزام مستقل

الشيء الذي يؤكد استقلالية الالتزام بالإعلام عن التزامات أخرى، أنه يتميز عن نظرية عيوب الرضا في قيام المسؤولية لدى الإخلال بهذا الالتزام رغم عدم تعييب إرادة الدائن بأي عيب من عيوب الرضا .كما يتميز عن نظرية الضمان في أن أمر قيامه مرتبط بحدوث شيء يوجب الضمان على عاتق الضمان المدين، وليس تطبيقا من تطبيقات الحماية المقررة للطرف المذعن في عقود الإذعان لأنه في نصوص القانون المدني الجزائري أو القانون المدني المصري لا تقر أية حماية للطرف المذعن في المرحلة السابقة على التعاقد."[2]"

الفرع الثاني: ماهية الطبيعة القانونية للالتزام

ثار خلاف فقهي حول الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام، ما إذا كان الالتزام عقدي أو غير عقدي؟ من جهة أخرى أهو التزام يبذل عناية أم بتحقيق نتيجة ؟

أولا: الطبيعة العقدية أم غير العقدية للالتزام بالإعلام؟

يكون الالتزام بالإعلام قبل التعاقد أو أثناءه، فالالتزام بالإعلام أثناء التعاقد هو التزام عقدي، لكن الإشكالية تثور حول الالتزام ما قبل التعاقدي بالإعلام هل ذو طبيعة عقدية أم لا؟

1-الطبيعة العقدية للالتزام بالإعلام

يرى أنصار النظرية العقدية أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، التزام عقدي يستمد وجوده من العقد ذاته من العقد ذاته فيوجد هذا الالتزام قبل العقد ويشمل أثناء تنفيذه، بحيث يهدف إلى تنوير إرادة المستهلك حول مدى ملائمة الشيء محل العقد."[3]"

---

[1]- خالد جمال أحمد، **المرجع السابق**، ص 376 -377.

[2]- عمر محمد عبد الباقي، **المرجع السابق**، ص 198-199.

[3]- عبد العزيز المرسي حموده **المرجع السابق**، ص53.

إن البائع عندما يعلم المستهلك " المشتري بالمبيع وقت إبرام العقد إنما يعلمه به بصفته متعاقدا،لأن عدم تنفيذ البائع لالتزامه بالإعلام لا يكشف إلا بعد إبرام العقد وأثناء تنفيذه.

كما يستند أصحاب هذا الرأي إلى نظرية الخطأ في تكوين العقد، التي تعتبر أن الالتزامات السابقة على التعاقد التزامات عقدية تأسيسا على قيام المسؤولية العقدية كأكثر الأخطاء التي تقع بمناسبة إبرام العقد.أو تلك التي حالت دون انعقاده، بافتراض وجود العقد سابق على العقود الأصلي عبارة عن عقد ضمان وجود مفترض لكل متعاقد يعد مصدرا لهذا الالتزام. وهو ما يأخذ به القانون السويسري حتى الآن.

كما أنه من الناحية الواقعية ينبغي في مجال الالتزام بالإعلام إهمال التفرقة بين الالتزام العقدي غير العقدي التي لا تستند إلى أساس من الواقع وأنه من الأفضل بسط الطبيعة العقدية على كل منهما"[1].

2- الطبيعة غير العقدية للالتزام بالإعلام

أما أصحاب هذا الرأي ذهبوا إلى أن الالتزام بالإعلام لصالح المستهلك إنما هو التزام غير عقدي، إنما هو التزام عام سابق على التعاقد، يجد أساسه في نصوص القانون ومنه فهو التزام قانوني يستمد قوته من القانون الذي ينص مباشرة على هذا الالتزام، والذي يوجب على المحترف إعلام المستهلك، يعاقب على الإخلال بهذا الالتزام على أساس المسؤولية التقصيرية." [2]

وما أثير حول نظرية الخطأ في يكون العقد، حسب رأيهم أن الخطأ السابق على التعاقد ينفصل عن العقد، ولا يمكن توقيع جزاء بشأنه إلا من خلال أحكام المسؤولية التقصيرية وليس أحكام المسؤولية العقدية."[3]

ثانيا: الالتزام بالإعلام عناية أم تحقيق نتيجة ؟

الالتزام بالإعلام هو التزام بعمل يقوم به المعني اتجاه المستهلك من أجل إفادته بالمعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة حتى يكون على بينة من أمره، وهنا هل هو التزام ببذل عناية أو التزام ببذل نتيجة؟

1-التزام ببذل عناية

الإلتزام بالإعلام بموجبه يلتزم المدين أن يبذل مافي وسعه من وسائل للوصول إلى أكبر قدر ممكن من الهدف المنشود، وهو غير ملزم بتحقيق النتيجة أي أنه غير مسؤول عن تخلفها، وعلى المدعي إثبات عدم بذل العناية في تنفيذ الإلتزام بالإعلام أو ان يثبت تقصيره في تنفيذه.

1- عمر محمد عبد الباقي، **المرجع السابق**، ص 204-205.

2- ممدوح محمد مبروك، **المرجع السابق**، ص 201.

3- عمر محمد عبد الباقي، **المرجع نفسه**، ص 205-206.

و قد ذهب الفقه والقضاء في بداية ظهور التزام بالإعلام إلى أنه التزام ببذل عناية، يتحدد وجوده ونطاقه بمدى علم المنتج أو البائع من ناحية ومدى علم خبرة المستهلك من ناحية أخرى، ويبرز هذا التفسير بحكم أن البائع لا يتحكم في نتيجة المعلومات والنصائح التي يقدمها وهو لا يستطيع أن يلزم المستهلك، والأصل أنه قد يقع على المستهلك إقامة الدليل على عدم تلاؤم أو عدم كفاية المعلومات المقدمة أو عدم القيام بالإعلام بالمطلوب وهو في غاية الصعوبة لأنه يتعلق بإثبات عمل سلبي.

ومنه لابد أن يبذل الشخص العناية المطلوبة وقد يوجب الاتفاق عناية أكثر أو أقل من عناية الشخص الطبيعي، وهذا ما تلاحظه في الالتزام بالإعلام الذي يقع على المدين به فيتسع في بعض الممرات، ويقل في أحيان أخرى، وذلك حسب طبيعة العقد والمنتج محل العقد، وبالخصوص مسؤولية المنتج.

وتأييدا لهذا الاتجاه الذي يرى أن الالتزام بالإعلام هو التزام ببذل عناية ،فقد قضت محكمة النقض الفرنسية بأنه "إذا كان من الثابت أن الالتزام بالإعلام هو التزام بوسيلة، فإن عدم الإدلاء بالبيانات والمعلومات المتعلقة بكيفية وشروط استخدام المنتج المبيع والاحتياطات الواجب مراعاتها في هذا الخصوص لا يمكن المستعمل من استخدامه الصحيح الذي يتفق مع الغرض المخصص له، ومن ثم فإن محكمة الاستئناف لا تكون قد أخذت بنص المادة 1137 من القانون المدني الفرنسي التي فرضت على عاتق صانع المنتج هذا الالتزام بالإعلام والذي لا يهدف إلى ضمان النتيجة المطلوبة واعتبار الالتزام بالإعلام التزام ببذل عناية ،يؤدي إلى وجوب أن يثبت المستهلك خطأ العون المتمثل في عدم تنفيذ التزامه بإعلامه بالإضافة إلى حدوث الضرر

2- التزام بتحقيق نتيجة Obligation de Résulta

وهو بلوغ غاية، أي أن يفرض القانون على المدين الالتزام بتحقيق نتيجة قانونية محددة ،فإن تخلف عن تحقيق النتيجة انعقدت مسؤوليته المدنية وإذا أراد المدين أن يتخلص من هذه المسؤولية وجب عليه إثبات أن السبب أجنبي هو الذي منعه من القيام بالتزامه، كقوة قاهرة ،إما إذا لم يقدم الدليل على ذلك ظلت مسؤولية قائمة ويلتزم بالتعويض لتخلف النتيجة.

والالتزام بالإعلام هو الالتزام بنتيجة، أي نقل المعلومات، وتزويد الطرف الآخرين بها، وليس جدل العناية في إيصال المعلومات إلى الطرف، بل يلزم أثناء التعاقد نقل هذه المعلومات، حسب طبيعة الالتزام الأساسي.

ولهذا جاء رأي فقهي ثالث حول طبيعة الالتزام ومضمونه أن الالتزام المهني هو التزام بعمل، والتزامه محدود بنقل المعلومات وليس بمدى استيعابها المستهلك لها أم لا فهنا لا تترتب المسؤولية على المهني.

إلا أن أصحاب الرأي الراجح يرون بأن لالتزام بالإعلام هو التزام يتحلل في الواقع التزامين أحدهما التزام بنتيجة والثاني التزام بوسيلة. وهكذا فإن الرأي يفرق بين قيام البائع بنقل المعلومات المتعلقة بالمبيع وإخبار المستهلك لها ويعتبره التزام ا بنتيجة. "[1]".

وبين قيام البائع بالمبحث واستقصاء المعلومات الصحيحة والنصائح الجيدة وانتقاء الوسيلة الأكثر ملائمة لتحيقي استيعاب المستهلك لهذه المعلومات ويعتبر التزاما بو سيلة

ونتيجة مما سبق ذكره فإن الالتزام بالإعلام هو من طبيعة غير عقدية وإن كان أصل نشأته عقدية، وهو التزام بتحقيق نتيجة من حيث اختيار الوسيلة المناسبة في إيصال المعلومات الكافية إلى علم المستهلك فلا يمكن أن تبرأ ذمته من خلال العناية الكافية في إيجاد الوسيلة المناسبة وفي الشق الثاني هو التزام ببذل عناية من حيث تملك المستهلك للمعلومات التي يقدمها المحترف." [2]"

المبحث الثاني: مضمون حق المستهلك في الإعلام

النصوص القانونية في التشريع الجزائري المتعلقة بحماية المستهلك أوجبت على الحرفي تزويد المستهلك بالخدمات والمعلومات الكافية ولم تكتف النصوص بتحديد هذه الأطراف، بل رسمت محل هذا الالتزام بالبيانات الواجب أن يعلم بها المستهلك.

ويجب على عارض المنتوج والخدمات استعمال الوسائل المناسبة لإعلام المستهلك سواء عند العرض أو الإشهار، كما يجب أن تكون المعلومات التي تصل المستهلك حقيقية وصادقة ومطابقة للمنتوج أو الخدمة المعروضة، وفقا للنظام القانوني المعمول به، كي لا تترتب مسؤولية على عاتق العارض، وسوف نتناول في هذا المبحث على مجال حق المستهلك في الإعلام والمطلب الثاني وسائل الإعلام.

المطلب الأول: مجال حق المستهلك في الإعلام

كان المستهلك سابقا يطلب المعلومات الكافية حول العقد ويسعي جاهدا من أجل الحصول عليها، و لكن بعدصدور القوانين المتعلقة بحماية المستهلك، أصبح هذا حق له والتزام على المحترف، فالالتزام بالإعلام محله هو المنتوجات والخدمات التي زاد تعقيدها مع التطور التكنولوجي، من حيث التشابه فيما بينها وصعوبة استعمالها والتي قد تمس بسلامة مستهلكها أثناء استعمالها، بالإضافة إلى تنوير هذه الإرادة حول السعر والثمن، أما بعد انتشار عقود الإذعان بسبب ظهور التجمعات التجارية والمحلات الكبرى، التي يكون بينها تعاملات كثيرة مما لا يعطى الوقت الكافي لعمليات التفاوض التي اتسم بها عقد البيع وعليه ما محل الالتزام بالإعلام ؟

الفرع الأول: أطراف الالتزام بالإعلام

[1]– حمدي عبد الرحمان ،**الوسيط في النظرية العامة للإلتزامات(الكتاب الأول المصادر الإدارية للإلتزام العقد والإرادة المنفردة)**،ط1 ، دار النهضة العربية ،القاهرة ، 1999 ، ص 53–54.

[2]– عبد المنعم موسى إبراهيم، **المرجع السابق**، ص 569.

الالتزامات القانونية مبنية على طرفين وهما الدائن والمدين، وهو ما أقرته الأحكام القانونية التي فرضت على المهنيين الالتزام بإعلام المستهلك عند عرضه للمنتوجات في السوق.

فمن خلال إستقراء النصوص القانونية سابقا ساير التشريع أحكام القضاء، فبالرجوع إلى النصوص القانونية المتعلقة بحماية المستهلك أقرت صراحة بحق المستهلك بالإعلام، فهو الطرف الدائن بهذا الالتزام، وألقت واجبا على عاتق المنتج أو المحترف أو العون الاقتصادي بإعلام المستهلك فهو الطرف المدين بهذا الالتزام، ولذا وجب التطرق إلى تعريف المستهلك الدائن بالالتزام أولا، والعون الاقتصادي المدين بالالتزام ثانيا.

أولا: المستهلك دائن بالالتزام بالإعلام

عرف المشرع الجزائري المستهلك لأول مرة في المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش الذي نصت عليه المادة 2 الفقرة 6 على أن :

" المستهلك كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معدين للاستعمال الوسيط والنهائي لسد الحاجات الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به" [1]، إلا أن من استقراء هذا التعريف نجد أن المشرع الجزائري أخذ بالمفهوم الواسع في تعريف المستهلك من استقراء مصطلح الوسيط الذي أدرجها في التعريف.

وعاود الأخذ بالمفهوم الضيق للمستهلك بنص المادة 2/03 من القانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، التي جاءت بتعريف المستهلك في الفقرة الثانية منها بقولها:" كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني"[2]. فهنا نص صراحة على أن المستهلك قد يكون شخصا طبيعيا أو معنويا بشرط أن يكون الاقتناء للخدمات والسلع بعيدة عن النشاط المهني له، أي خارج الحرفة التجارية، بل للاستعمال النهائي الشخصي.

أما في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ففي المادة 03 منه نصت على تعريف المستهلك في فقرتها الأولى بالقول:"... المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني، بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة تكون موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجات شخص آخر أو لفائدة حيوان متكفل به .... "[3]

ومن التعاريف السابقة يمكن أن نستشف عناصر التعريف القانوني للمستهلك في التشريع الجزائري وهي:

---

[1]– المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش ، الجريدة الرسمية رقم 05 الصادرة في 1990 ، وزارة العدل ، المطبعة الرسمية ، الجزائر ، 1990.

[2]– المادة 03 الفقرة 02 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 جوان سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية رقم 41 الصادرة في 27 جوان 2004، وزارة العدل، المطبعة الرسمية، الجزائر، 2004.

[3] – المادة 03 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

- المستهلك يمكن أن يكون شخصا طبيعيا أو معنويا.
- المستهلك ليس شخصا مهنيا في المعاملة.
- أن يكون الهدف من التعاقد هو تلبية حاجاته الشخصية أو حاجات شخص أو حيوان يتكفل به وليس لإعادة بيعه.
- أن يكون موضوع المعاملة هو سلعة أو خدمة.
- أن يكون المستهلك مقتنيا بصرف النظر عما إذا كان متعاقدا أو مستعملا، وبصرف النظر عما إذا كان بمقابل أو مجانا."[1]"

ثانيا: المحترف مدين بالالتزام بالإعلام

المشرع الجزائري استعمل مصطلح المحترف وذلك من خلال المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90 -266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات وقد عرفه على أنه:"...المحترف هو منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض المنتوج أو الخدمة للاستهلاك"

أما من خلال نص المادة 01 من قانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك فجاء تحديد المحترفين على سبيل المثال والتي تنص: "...مهما كان النظام القانوني للمتدخل ".
فمن خلال هذه المادة وماسبقها نستنتج أنه يدخل تحت طائفة المحترفين جملة من الأشخاص وهم:

1- المنتج

كل متمهن للتعامل في المواد التي تقتضي منه جهدا واهتماما خاصين، فيكون له دور في تهيئتها وتنشئتها أو صنعها وتوضيبها ومن ذلك خزنها في أثناء صنعها وقبل أول تسويقها." [2]"

2- الصانع

هو الشخص الذي ينجز بحكم حرفته أو صنعته أعمالا متكررة تستوجب توفير معارف تقنية تتطابق ومعطيات العلم ،سواء كان يملكها بشخصه أو ظاهريا بواسطة غيره لكن من المفروض أن يجوز ثقة أقرانه والمتعاملين معه بمؤهلاته."[3]"

3-الحرفي

المشرع الجزائري عرفه في المادة 10 فقرة 01 من الأمر رقم 96-01 المتعلق بالصناعات التقليدية والحرف: "الحرفي كل شخص طبيعي مسجل في سجل الصناعات التقليدية والحرف يمارس

---

[1] – على فتاك، **تأثير المنافسة على الإلتزام بضمان سلامة المنتوج**،ط1، دار الفكر الجامعي، الأسكندرية، 2008، ، ص 428.
[2] – المادة 01 من القانون 89-02.
[3] – علي فتاك، **المرجع السابق** ، ص 220-221.

نشاطا تقليديا يثبت تأهيلا ويتولى بنفسه ومباشرة تنفيذ العمل وإدارته ونشاطه وتسييره وتحمل مسؤولية."[1]

4-التاجر

عرف بأنه: "يعد تاجرا كل شخص طبيعي أو معنوي يباشر عملا تجاريا ويتخذ مهنة معتادة له ما لم يقضي القانون بخلاف ذلك"

5-المستورد

هو كل شخص يتولى مباشرة عمليات جلب المنتوجات من خارج الدولة على سبيل الاحتراف.

6-الموزع

هو كل شخص يباشر على سبيل الاحتراف عملية نقل السلعة من يد منتجها أو صانعها أو مستوردها الأول على يد الباعة بالجملة."[2]

أما في نص المادة 03 من الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة والملغى بالقانون 03-03 عرف العون الاقتصادي: " يقصد بالعون الاقتصادي في مفهوم هذا الأمر كل شخص طبيعي أو معنوي مهما تكن صفته يمارس أعمال منصوص عليها في المادة 2 أعلاه" وبالرجوع إلى نص المادة 02 من نفس الآمر التي تحدد هذه الأعمال وهي نشاطات الإنتاج والتوزيع، والخدمات حتى التي تقوم بها الأشخاص العموميون والجمعيات.

وفي نص المادة 04 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي جاء نصها بالشكل الآتي: " يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، وبشرط البيع".

مما يفهم أن الإعلام بالأسعار يقع على عاتق البائع وحده دون الآخرين أما الإعلام حول السلع والخدمات إلى القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك فيقع على كل متدخل، سواء كان بائع أو منتج.

أما في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وفي الباب الخامس منه وبالتحديد في المادة 19، التي جاء نصها كالآتي وقد تحدد من خلالها للمدين بالالتزام بالإعلام.

"يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يصنعه للاستهلاك بواسطة الوسم والعلامات أو أية وسيلة أخرى مناسبة ..."[3]

فالمشرع الجزائري لم يحدث تحديد بمفهوم العون الاقتصادي خاصة من خلال قراءة المادة 03 المادة الفقرة 07 التي عرف فيها المتدخل بقوله "المتدخل: كل شخص طبيعي أو معنوي بتدخل في

---

[1] – المادة 10 من الأمر رقم 96-01.

[2] – القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

[3] – المادة 19 من القانون 09-03 المتعلق بحماية وقمع الغش.

عملية عرض المنتوج للاستهلاك "[1] نستنتج مما سبق أن المشرع الجزائري ألقى التزام الإعلام على العون الاقتصادي، وإن اختلفت المصطلحات فكلها تصب في معنى واحد عند الرجوع إلى النصوص القانونية التي تناولتها فنجدها لها نفس التعريف.

الفرع الثاني: محل الالتزام بالإعلام

وجب إعلام المستهلك في المرحلة السابقة والمعاصرة للتعاقد بجملة من المعلومات الصادقة والنزيهة التي تتعلق بمحل الالتزام بالإعلام، ومن حيث زمن الإعلام نجد نوعين من الالتزام، فهناك التزام بالإعلام في مرحلة ما قبل التعاقد، والتزام بالإعلام في مرحلة التعاقد وهو ما سنتناوله.

أولا: محل الالتزام قبل التعاقد بإعلام المستهلك

يقضي الالتزام بإعلام المستهلك قيام المحترف أو المهني بإفضاء بالمعلومات والبيانات المتعلقة بوضع السلعة أو الخدمة محل العقد وكذا البيانات المتعلقة باستخدام الشيء أو الانتفاع بالخدمة." [2] وهما شقين:

1- الشق السلبي

يتمثل في عدم كتمان الحقيقة أي الامتناع من الكتمان فالكتمان هو أحد وسائل ......
بشقيه السلبي (تكتم المعلومات) أو الإيجابي (الطرق الاحتيالية) التي تتيح للمستهلك المطالبة بإبطال العقد أو المطالبة بالتعويض.

2- الشق الإيجابي

يمتثل في الإدلاء بالبيانات والمعلومات عن الخدمة أو المنتج وكيفية استخدامه دون أن يشكل خطر على المستهلك خصوصا عندما يكون محل عقد الاستهلاك سلعة جديدة في السوق وخطيرة الاستعمال."[3]

عرف المشرع الجزائري المنتجات بالمادة 02 من قانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك: " المنتوج سواء كان شيئا ماديا أو خدمة مهما كانت طبيعية ..." ومنه المنتوج حسب هذا النص هو كل شيء مادي أو خدمة ومنه العقار يدخل تحت دائرته وهذا التعريف جاء واسعا.

1- المادة 03 من القانون 09-03 المتعلق بحماية وقمع الغش.

2- عبد الحق ماني، **المرجع السابق.** ص 63.

3- المادة 02 من القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.

وعرفها بالمادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش: " كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية من خلال هذا النص أخرج المشرع الجزائري عن نطاق المنتجات العقار الخدمات من المنتجات لأن الخدمة هي عمل وليست شيئا." [1]"

أما في المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90- 266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات عرفه: " المنتوج: هو كل ما يقتنيه المستهلك من منتوج مادي أو خدمة"." [2]" وقد وسع المشرع من خلال نص المادة من نطاق المنتوجات بحيث أصبحت تشمل الأموال المنقولة والعقارات، والخدمات أيضا".

وفي قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، عرف المنتوج بالمادة 03 منه: "كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا"، ونفس المادة عرف السلعة على أنها كل شيء مادي قابل للتنازل فيه بمقابل أو مجانا وفي هذا التعريف رجع إلى التعريف الذي كان عليه قانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، لكن بشرط أن يكون محل عقد سواء كان عقد معارضة أو عقد تبرع.

أما تعريف الخدمة فقد عرفها بالمادة 03 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أن: "الخدمة: كل عمل مقدم غير تسليم السلعة حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة ويلاحظ على المشرع أنه لم يحدث تغيير ا على تعريف الخدمة بالمقارنة مع ما أورده في المرسوم 90-39 المذكور سابقا."[3]"

ثانيا: محل الالتزام في مرحلة التعاقد

بعد تبصير رضا المستهلك حول طبيعة المنتوج المعروض للبيع على جمهور المستهلكين، وذلك في المرحلة السابقة على إبرام العقد الاستهلاكي، وإقدام هذا الأخير على التعاقد لابد من إعلامهم حول شروط التعاقد وكيفية استعمال المنتوج، والخطورة التي قد تنجم من جراء استعمال هذه المنتوج وكيفية الوقاية منه، وهو ما يعرف بالإعلام التعاقدي، لأن المستهلك هنا يصدر إبرام عقد، وهذا الالتزام قائم من جراء إقدامه على التعاقد وهو في المرحلة المعاصرة للتعاقد ومنه فهو التزام تعاقدي." [4]

1- الإعلام بشروط التعاقد وحدود المسؤولية

العقود التي يتم بها اقتناء المستهلك سلعة أو خدمة من المهنيين، عادة ما تكون من عقود الاستهلاك، التي تتصف بالطبيعة الاذعانية فالمحترف هو الذي يقوم بإعداد النموذج مسبقا ومالمستهلك سوى القبول بها كليا أو رفضها،فالعقود التفاوضية لم يبق لها وجود الآن في الأسواق

---

[1]- المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-03 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.

[2]- المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات.

[4] – المادة 03 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

1- لحسين بن شيخ آث ملويا ، **المنتقى في عقد البيع (دراسة فقهية قانونية وقضائية مقارنة)**، دارهومه للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر ، 2005، ص 305.

[4] – رضا عبد الحليم عبد المجيد، **المرجع السابق** ، ص 9 .

التي أصبحت تخضع لنظام قانوني خاص، إذا لم يقتصر الإلتزام على المحترف بإعلام المستهلك بالمنتوج،السعر،فقط بل أن يعلمه بشروط التعاقد وحدود المسؤولية ومنه.

أ -الإعلام بشروط التعاقد

كما أن المحترف كل همه هو تحقيق الربح والبيع، ومنه لا يقوم بتقديم المعلومات الكافية حول شروط التعاقد، وقد يلجأ إلى طرق مما يخلق الثقة في نفس المتعاقد الآخر، فيدفع به إلى عدم المطالبة بالإطلاع بشروط التعاقد، ولهذا تم فرض على المحترفين بإعلام المستهلك بشروط التعاقد.

فالمشرع الجزائري في المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين المحترفين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، وألزم المحترف أن يعلم المستهلك بها، حيث اعتبرها من العناصر الأساسية في العقد بموجب المادة 04 من المرسوم 06-306 المذكور أعلاه، وأن يكون هذا الإعلام بكافة الوسائل الملائمة، وأن يعلم المستهلك بالشروط العامة والخاصة لبيع السلع و/ أو تأدية الخدمة ومنحهم المدة الكافية لفحص العقد وإبرامه "[1]"، تطبيقا للمادة 30 من القانون 04-02 المحدد لقواعد المطبقة على الممارسات التجارية السالف الذكر، وفي حالة عدم العلم بشروط العقد (كامتناع المحترف عن ذكر هذه الشروط) يعتبر من الشروط التعسفية "[2]"، ومنه لايمكن الاحتجاج بالشروط التي لا يعلمها المحترف في مواجهة المستهلك ، وهذا ما ذهب له التشريع والقضاء المصري حيث لم يكتف باحتمال العلم بها إنما أوجب أن يكون المذعن عالما بها لقيام إرادة حقيقية مستنيرة، ومنه لا يعتد بالشروط التي لم يعلم بها "[3]".

وهذا الالتزام لم يفرض في المرسوم التنفيذي المذكور أعلاه فقط، بل أن المشرع الجزائري نص عليه بالمادة 53 من قانون 95-06 المتعلق بالمنافسة وكذا المادتلن 04 و8 من قانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية. "[4]"

وكذا في حالة البيع بالتقسيط وجب إعلام المستهلك ب: طريقة دفع المبالغ، تواريخ دفع الثمن خاصة في البيوع الالكترونية، تاريخ التسليم ومكانه وزمانه.

---

[1]– المرسوم التنفيذي رقم 306/06 المؤرخ في 2006/09/10 المتعلق بتحديد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، الجريدة الرسمية عدد 56 المؤرخة في 2006/09/11، الأمانة العامة لحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2006 .

[2]– الفقرة 07 من المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 306/06 المتعلق بتحديد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية.

[3]– حسني محمود عبدالدايم، **العقود الاحتكارية بين الفقه الإسلامي والقانون المدني (دراسة مقارنة)**، دار الفكر العربي الجامعي، الإسكندرية، 2007،ص 185.

[4]- المادة 15 من قرار وزير التجارة والصناعة رقم887 لسنة 2006 بإصدار اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك الصادر بالقانون67 لسنة2006

كما يمكن إدراج شرط الضمان في العقد شروط، وكيفية استبدال السلعة أو التعويض في حالة اكتشاف العيب.كما يجب أن يعلم بتاريخ توفير قطع الغيار المتعلق بالمنتوجات، وهذا الالتزام يطبق على السلع دون الخدمات"[1].

ولم تكتف التشريعات بوجوب الإعلام بشروط التعاقد على السلع بل امتدت لتشمل الخدمات، وذلك بإلقاء التزام بالإعلام على مقدم الخدمة بتوضيح شروط التعاقد، ومنهم الموثق الذي القي عاتقه التزام بإعلام المتعاقدين عن كل الآثار المترتبة عن العقد ، ففي مجال عقود القرض فلا بد من إعلام المستهلك بالعقد والفوائد المطبقة، وقيمة المبلغ الذي يدفعه بصفة دورية عند حلول الأجل المحدد في عقد القرض، وتاريخ الدفع، وفي حالة التأخر الجزاءات التي يخضع لها.

كما يفرض استعمال اللغة الوطنية سواء عند تحريرها أم إعلام المستهلك بها شفاهة، وفي حالة أن تكون محررة يشترط في تحريرها الوضوح (دون غموض)، وترجع وضوح أو غموض عبارات العقد وتفسيراتها إلى القاضي الذي يؤوله لمصلحة المدين طبقا للقواعد العامة للعقد، ووجوب تحديد شروط العقد والضمانات في هذا العقد كضمان صلاحية المبيع، وخدمة ما بعد "[2].

2-الإعلام بحدود المسؤولية التعاقدية

اتسع محل الالتزام بالإعلام بنصوص القانون ولم يقتصر على ما ورد سابقا فقط، فيجب على العون أن يبين الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لذا نجد المشرع الجزائري نص عليها بالمادة 08 من قانون

04-02 السابقة الذكر، وألزم المحترفين بذكر الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية وهي شاملة لعقد البيع السلع أو عقد اقتناء الخدمات على السواء كما يجب أن يعلم المستهلك بحدود المسؤولية التعاقدية، في حالة الإخلال بالالتزامات التعاقدية، على من تقع المسؤولية التعاقدية وهذا عن طريق تحديد الالتزامات المفروضة على كل طرف بموجب هذا الاتفاق، وإمكانية تضمين العقد الشرط الجزائي في حالة الإخلال بأحد الالتزامات التعاقدية، مما يمكن المستهلك من الوقوف على حقيقة العقد المرتبط بالمستهلك وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري المادة 3 المذكورة سابقا من المرسوم التنفيذي 06-06 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية."[3]

[1]- la protection du consommateur
www. Medias.hachlette-education .com/medias/contenu numérique/029/1404442751.pdf le 31/12/2007
[2] -Yvest GUYON , DOIT DES AFFAIRS , tome 1,droit commercial général et sociétés , 9 édition , 1996, p 954 et 955.
[3]- المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المتعلق بتحديد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية.

تحديد المسؤولية التعاقدية عند الإخلال بالالتزامات التعاقدية فأوجب إدراج عقوبات التأخير عن دفع الثمن للمستهلك وعقوبة تأخير المحترف عند الإخلال بالتسليم فيما يتعلق بزمان ومكان التسليم ، وحالة السلع المتفق عليها عند التعاقد."[1]"

3- الإعلام حول استعمال المنتوجات

لا يكتمل حق المستهلك في الإعلام على الوجه الصحيح إلا بالإعلام المستهلك حول الطريقة الصحيحة لاستعمال السلع أو الخدمة على الوجه الأحسن وكذا تحذيره من مخاطره لذا وجب التطرق لطريقة الاستعمال ثم إلى الالتزام بالتحذير.

أ- الإعلام حول طريقة الاستعمال

ينصب التزام البائع بالإخبار على جوانب ثلاثة وهي مميزات المنتوج أو الخدمة محل البيع، وشروط البيع الممارس، وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع.

وهذا ما ذهب إليه المشرع الجزائري بنص المادة 03/03 من قانون 02/89 السالف الذكر، إلا أن المشرع الجزائري في القانون 90-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش لم يحدد البيانات الواجب إعلام المستهلك بها، غير أن أورد عبارة بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج مما نستنتجه أن الإعلام بطريقة الاستعمال تعتبر من المعلومات المتعلقة بالمنتوج.

فإذا قدم البائع المعلومات النزيهة الصادقة حول طريقة استعمال المنتوج بحسب طبيعته والغرض المعد لأجله يعتبر قد وفى بالتزامه بالإخبار، ومن ثم لا يسأل عن الضرر الذي يلحق المستهلك الذي يتجاهل طريقة الاستعمال أو الغرض المبين بأن استعمل المنتوج بطريقة خاطئة أو الغرض غير مألوف لا يمكن للبائع توقعه مما أدى إلى الإضرار به."[2]"

ب-التحذير من خطورة المبيع

لا يتحقق حماية المستهلك فقط على صلاحية المنتوج ومعرفة كيفية استعماله بل يجب على العون الاقتصادي فوق ذلك إخباره بمخاطر المنتوج التي يجب اتخاذها في حيازته لهذه المنتوجات أو استعمالها ، وتحذيره باعتباره من أهم أوجه التزام البائع بالإخبار.

وهذا ما أدرج في المادة 17 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

وفي هذا الصدد كيف الالتزام بالتحذير هو التزام ببذل عناية، فالمنتج لا يضمن بداهة للمستهلك عدم تحقق خطر، وإنما هو يحذره من الخطر القائم وكيفية الوقاية منه، ولكن يرفع عنه المسؤولية يشترط أن يكون كاملا، وواضحا، ظاهرا ولصيقا بالمنتجات." [3]"

---

[1]- عبد الحق ماني، **المرجع السابق** ، ص 82.

[2]- محمد عماد الدين عياض، **الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية**، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، جامعة ورقلة، 2006، ص 73-74.

[3]- عماد الدين عياض، **المرجع نفسه** ، ص 75.

المطلب الثاني: وسائل حماية المستهلك

بالرجوع إلى القوانين المتعلقة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري نجدها ألزمت المحترفون بتقديم المعلومات الكافية عند عرض المنتوج أو الخدمة على جمهور المستهلكين، وهو ما يعرف بالإعلام الإجباري ولو ترك الاختيار للمحترف في اختيار الوسيلة المناسبة لذلك، غير أنه بالرجوع إلى المراسيم التنفيذية المتعلقة بالوسم المتعلق بالسلع ألزم الحترفون بتقديم المعلومات الكافية عنها عن طريق الكتابة وهو ما يطلق عليه اصطلاحا الوسم (البطاقة الإعلامية أو بطاقة البيانات).

وهناك إعلام اختياري مصدره المحترفون أنفسهم، حيث يلجؤون إلى التعريف بمنتجاتهم إلى المستهلكين وهو ما يطلق عليه اصطلاحا بالدعاية التجارية (الإشهار) فيقومون بالإشهار عن منتجاتهم، من أجل زيادة المبيعات وتحقيق الربح.

وسنركز على الوسم كإحدى الطرق الإلزامية في الفرع الأول والإشهار كإحدى الوسائل الاختيارية في الفرع الثاني.

الفرع الأول: الوسائل الإجبارية (الوســـم)

سنتناول في هذا الفرع مفهوم الوسم مع الاشارة الى البيانات التي يتناولها بدوره.

أولا: مفهوم الوسم

قبل التطرق إلى البيانات الواجب إدراجها في الوسم سوف نتطرق إلى تعريف الوسم مع تحديد شروطه الواجب توافرها في شكلية الوسم حيث يؤدي الوظيفة المنوط بها وإنارة رضى المستهلك حول محل التعاقد.

1- تعريف الوسم

عرف الوسم بأنه: " جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع والتجارة والصور والشواهد والرموز التي تتعلق بمنتوج ما والتي توجد في أي تغليف أو وثيقة أو كتابة أو رسمه أو خاتم أو طوق يرافق منتوجات ما أو خدمة أو يرتبط بهما" وهذا ماأدرجته 02 بالفقرة 06 من المرسوم رقم 90-39 المذكور سابقا.

كما عرفه المشرع الجزائري بالمادة 02 من المرسوم رقم 05-484 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها ب: كل نص مكتوب أو مطبوع أو كل عرض بياني يظهر على البطاقة الذي يوفق بالمنتوج أو يوضع قرب هذا الأخير لأجل ترقية البيع " وأخيرا عرفه المشرع الجزائري بالمادة 03 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور المرتبطة بسلعة أو بطاقة تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو

سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو ملعقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتوج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها.

2- أهمية الوسم

للوسم أهمية كبيرة سواء بالنسبة للمستهلك أو الأعوان الاقتصاديين حتى لاقتصاد الدولة، ولهذا تم وضع تنظيم قانوني خاص بالوسم، فمثلا للأعوان الاقتصاديين حماية للعلامة التجارية أو علامة الجودة أي بالمعنى الواسع حماية الملكية الصناعية وحتى الأدبية من الاعتداءات التي قد تمس بها، كذا وسيلة لحمايته من المنافسة غير المشروعة أما للدولة فهي وسيلة تنظيم الاقتصاد والتجارة والحفاظ على صحة وسلامة أفراد الدولة، وتسهيل الرقابة على المنتوجات فيما يخص التنظيم للمواصفات القياسية واتخاذ التدابير والعقوبات في حالة المخالفة.

أما بالنسبة للمستهلك فهو يلعب دورا كبيرا في التعريف بالمنتوجات فهو وسيلة إطلاع المستهلك على طبيعة المنتجات ونوعها، ومكوناتها، والشروط الأخرى المرتبطة بها كصلاحيتها، وشروط الحفظ، وطريقة الاستعمال أو التناول، مما لا يدع مجال للشك لدى المستهلك." [1]"

والوسم الذي يعتمد لتكريس حقوقا للإنسان، قد لا يدريها الكثيرون من المستهلكين في بلادنا، في حين يستغلها كثيرون من المصنعين والتجار والمستوردين ليتلاعبوا بمقدرات المواطنين، ممن يفتنون السلع والبضائع من دون معرفة أو من دون علم بأن لهم حقوقا كبرى وكبيرة تضمنها ورقة صغيرة تلصق على قنينة، أو علبة وتسمع لأي مواطن مهما كان أن يطالب بحقه وأن يلجأ إلى المحاكم باعتماد هذه الورقة الوثيقة.

فالبطاقة تبقى ضرورة ملحة، لأنها تحوي على البيانات التي تمد المستهلك بالحقائق التي يحتاجها لتمكينه من الاختيار الواعي للسلعة التي يرغب بشرائها أولا.

كما أن صياغة المعلومات في صورة مكتوبة تيسر من عبث الإثبات، كما أنها إحدى وسائل الكشف عن الغش الصناعي والتجاري الذي يمارسه البعض لأغراض معينة بعيدة عن الممارسة التجارية المشروعة.

مما يفهم أن الوسم هي البطاقة التي تحتوي على بيانات المتعلقة بالسلعة ومنتج السلعة أو الخدمة والمواصفات التي تتعلق بالسلعة والتي ترافق السلعة أو الخدمة من أجل التعريف بها،وذلك بوضع بطاقات على المنتج "[2]".

3-الشروط الواجب توافرها في بطاقة الوسم

1- عبد الحق ماني، **المرجع السابق**، ص 90-91.

2- المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم90-39 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش .

لقد نظمت القوانين الوسم واشترطت شروط لا بد من توافرها، منها ما يتعلق بالكتابة نفسها، وأخرى باللغة التي تحرر بها البيانات، وأخيرا البيانات الواجب إدراجها، تحت طائلة العقوبات الجزائية، في حالة عدم مراعاة القوانين المعمول بها في كل بلد

- **لصيقة بالشيء المعروض للبيع** : أن البيانات توضع على جسم السلعة ، بحيث تكون ملاصقة لها، كما لو كانت منقوشة عليها، أو تكتب على صفيحة معدنية وتلصق على محتواها، وإن كانت من السلعة الرخوة كالأطعمة والأشربة، فيجب أن تكتب البيانات على العبوة مباشرة التي توضع بداخل الغلاف، وإلا فعلى الغلاف،"[1]"

كما يجوز أن تكتب على جسم الزجاجة المحتوية على السلعة، كما في حالة المشروبات الغازية، وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري من خلال تعريف الوسم بالمادة 03 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وكذا المشرع المصري في القرار رقم 588 لسنة 1964 بشأن العبوات الزجاجية للمشروبات الغازية غير الكحولية. "[2]"

- **غير قابلة للمحو** : أي لا يمكن محوه ، ويكون قابل للمحو مثلا: الكتابة على نوع من الورق الذي يتأثر بالماء بسهولة، مما يؤدي لمحو بيانات الوسم. وكذلك اشترط أن تكون بطاقة الوسم ملصقة وظاهرة للعيان، ميسورة القراءة غير قابلة للإزالة لصيقة بالشيء المبيع." [3]"

لم يكتفي بإلزام المنتجين والمستوردين وحتى الباعة بكتابة البيانات المتعلقة بالمبيع فقط بل اشترط توافر بعض الشروط على هذه البطاقات بنص المادة 17 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش: "المرتبطة بالسلعة....." والمادة 18 من نفس القانون: "... وبطريقة مقروءة ومعتذر محوها" ومنه يجب أن تكون مكتوبة بطريقة يسهل فهمها وواضحة وظاهرة للعيان وسهلة القراءة غير قابلة للمحو أو الإزالة لصيقة بالشيء المبيع." [4]"

ولم يقتصر المشرع على هذه الاشتراطات ،بل أوجب اشتراطات أخرى في بعض الحالات، ومن بينها أن المشرع الجزائري أوجب أن يكون البيان المتعلق بتسمية المبيع والكمية الصافية في نفس المجال النظري بموجب المادة 06 مكرر من المرسوم 90-367 المعدل والمتمم والمتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها وهي الشفافية ولغة كتابة هذه البيانات.

حيث تناول المشرع الجزائري الشفافية في المادة 13 من المرسوم التتفيذي رقم 90-67 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، المادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 90-366 التي كانت لهما

---

[1]- ممدوح محمد مبروك، المرجع السابق، ص330.

[2]- ثروت عبدالحميد، **المرجع السابق**، ص 76.

4- المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية رقم05 الصادرة في 1990، وزارة العدل، المطبعة الرسمية، الجزائر،1990.

[4]- ممدوح محمد مبروك، **المرجع السابق**، ص 330.

تقريبا نفس النص الحرفي: "يمنع .....استعمال أي إشارة أو أي علامة، أو أي تسمية خيالية أو أية طريقة للتقويم أو الوسم ...من شأنها أن تدخل ليس في ذهن المستهلك ..." [1]"

03-09

18 05 من المرسوم التنفيذي رقم 05-484

" :

"[2]".

ثانيا

كما يجب أن تحمل هذه البطاقة كذلك طريقة الاستعمال والمخاطر التي يمكن أن تسببها، والاحتياطات الواجب مراعاتها لضمان السلامة."[3]"

والمشرع الجزائري ألزم المنتجون أو المستوردون إدراج البيانات الوسم الإجبارية بنص المادة 18 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، التي أوجب تحرير المعلومات المتعلقة بالمنتوج، ولم يتم ذكر المعلومات الواجب ذكرها على بطاقة الوسم بل أحالها على النصوص التنظيمية المتعلقة بالوسم، رغم أن القانون القديم كان ينص عليها بالمادة 03."[4]"

1- وسم المنتوجات الغذائية

وقد حددتها المادة 06 من المرسوم التنفيذي 90-367 المعدل والمتمم والمتعلق بالوسم السلع الغذائية وعرضها، مع ملاحظة أن المادة 06 قد عدلت بعد ما كانت تلزم تسعة بيانات ثم إضافة ثلاثة بيانات أخرى ليصل العدد إلى 11 بيانا إلزاميا بموجب المادة 07 من المرسوم 05-484 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم السلع الغذائية وهي:

- تسمية البيع.
- الكمية الصافية للمواد المعبأة مسبقا.
- اسم الشركة أو عنوانها أو العلامة المسجلة وعنوان المنتج أو الموضب أو الموزع والمستورد ،إذا كانت المادة مستوردة.
- البلد الأصلي أو بلد المنشأ.
- تحديد حصة الصنع.

---

[1]- المادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المتعلق بوسم السلع غير الغذائية وعرضها، والمادة13 من المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المعدل والمتمم والمتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها.

[2] - Jean calis- DOIT DES AFFAIRS , tome 1,droit commercial général et sociétés , 9 édition , 1996, P 65.

[3]- ممدوح محمد مبروك، **المرجع السابق** ، ص 329.

[4]- القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.

– طريقة الاستعمال واحتياطات الاستعمال في حالة ما إذا كان إغفاله لا يسمح باستعمال مناسب للمادة الغذائية.

– تاريخ الصنع أو التوضيب وتاريخ الصلاحية الدنيا أو في حالة المواد الغذائية سريعة التلف مكروبيولوجيا، التاريخ الأقصى للاستهلاك.

– قائمة المكونات.

– الشروط الخاصة بالحفظ.

– بيان نسبة حجم الكحول المكتسب للمشروبات التي تحتوي على الأكثر من 12 % من الكحول حسب الحجم.

– إذا اقتضى الحال بيان معالجة بالأشعة الأيونية أو معالجة بواسطة الأيونات أو رمز الاشعاع الحالي بقرب اسم الغذاء مباشرة."[1]

2–وسم المادة المضافة

ويقصد بها تضاف إلى منتوج غذائي ولا يمكن استعمالها عادة كمنتوج غذائي سواء كانت تنطوي أم لا على قيمة غذائية وتكون إضافتها إرادية إلى المنتوج الغذائي في أي مرحلة من مراحل عرضها للاستهلاك. ويخرج من نطاق المواد المضافة المواد الملونة ورواسب مبيدات الجراثيم مواد مضافة."[2]

3– وسم المنتوجات المنزلية وغير المنزلية

نضمها المرسوم الرئاسي 90–366 المؤرخ في 1990/11/10 المتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية وعرضها، في المادة 02 منه: يقصد بها جميع المنتوجات المستعملة في صيانة المحلات ورفاهيتها باستثناء الأدوية والسلع الغذائية.

والتي اشترط المشرع أن توضع هذه المنتوجات في تعبئة صلبة ومحكمة السد تلصق بها بطاقة الوسم بأحكام المادة 03 من المرسوم المذكور"[3] ووضعت لها بيانات بها.

– التسمية الخاصة بالبيع.

– الكمية الصافية معبر عنها بوحدات النظام الدولي.

– اسم وعنوان المسؤول عن صناعة المنتوج أو توضيبه أو توزيعه ، واسم عنوان المستورد إذا كانت المواد المستوردة.

– طريقة استعمال المنتوج أو شروط الاستعمال الخاصة إن وجدت.

– جميع البيانات الإجبارية الأخرى منصوص عليها في نصوص خاصة بكل مادة. "[1]

---

[1]– المادة 07 من المرسوم 05–484 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 90–367 المتعلق بوسم السلع الغذائية.

[2]– عبد الحق ماني، **المرجع السابق**، ص 98.

[3]– المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90–366 المتعلق بوسم المنتوجات المنزلية وعرضها.

4- وسم مواد التجميل والتنظيف البدني

عرفها المشرع الجزائري في نص المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 97-37 المحدد للشروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني وتوضيبها واستيرادها وتسويقها في السوق الوطنية التي تنص:"... منتوج التجميل ومنتوج التنظيف البدني كل مستحضر أو مادة باستثناء الدواء، معد للاستعمال في مختلف الأجزاء السطحية لجسم الإنسان، مثل البشرة، والشعر، والأظافر، الشفاه والأجفان والأسنان، والأغشية بهدف تنظيفها أو المحافظة على سلامتها، أو تعديل هيئتها ،أو تعطيرها، أو تصحيح رائحتها ....."، أما البيانات الواجب توافرها فيها حددتها المادة 10."[2]"

5- وسم المنتوجات الصيدلانية

هو مجموعة المعلومات المتعلقة بتركيبها وآثارها العلاجية والبيانات الخاصة بمنافعها ومضارها والاحتياطات الواجب مراعاتها وكيفيات استعمالها ونتائج بنجاعتها وسيمتها العاجلة والآجلة الدراسات الطبية المتعلقة."[3]"

الفرع الثاني: الوسائل الاختيارية (الاشهار)

إلى جانب الطرق الإجبارية في إعلام المستهلك ، يقوم المهنيين من تلقاء أنفسهم بالتعريف بمنتوجاتهم قصد البحث على اقتناءها، وذلك عن طريق الإشهار، وهنا اللجوء لهذه الطريقة اختياري بالنسبة للمستهلك.

ولابد من توافر البيانات الإلزامية الكافية عن السلعة أو الخدمة المعلن عنها، ويجب أن تكون عبارات الإعلان واضحة وحصول المعلن عن ترخيص بالإشهار عن منتجاته.

أولا: مفهوم الإشهار التجاري

هو الوسيلة الأكثر انتشار في مجال الترويج للمنتجات والخدمات وهي في نفس الوقت وسيلة إعلام، ويجب أن تتصف بالصفات التي يجب أن يتصف بها الإعلام الصادر عن الأعوان الاقتصاديين أثناء عرضهم للسلع للخدمات الواجب التطرق إلى:

1-تعريف الإشهار التجاري

---

[1]- المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المتعلق بوسم المنتوجات المنزلية وعرضها.

[2]- المادة 02 من المرسوم التنفيذي 97-37 المحدد لشروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني وتوضيبها واستيرادها وتسويقها في السوق الوطنية.

[3]- عبد الحق ماني، **المرجع السابق**، ص 02 .

الإشهار هو جزء من الإعلام فقد عرفته الجمعية الأمريكية للتموين بأنه وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار أو السلع والخدمات بواسطة جهة معلومة ومقابل أجر مدفوع." [1]"

وقد استعملت عدة مصطلحات للإشهار في الفقه القانوني، فمنه من اعتبره إشهار ومنه من اعتبره إعلان تجاري، وأخر ذهب إلى الدعاية التجارية، إلا أن كل المصطلحات تصب في مغزى واحد وسلوك واحد هو سلوك الذي يسلكه التاجر أو المهني للتعريف بمنتجاته بغية ترويجها في السوق من أجل الإقبال عليها باستعمال وسائل دعائية." [2] "

فالمشرع الجزائري عرف الإشهار بالمادة 03/30 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي جاء نصها على الشكل الآتي: "الإشهار: كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلعة أو الخدمات مهما كان المكان أو الوسائل الاتصال المستعملة." [3]"

وحسب التعريف السابق لابد من توافر العلامة والجهر ومخاطبة الجمهور حتى يعتبر إشهارا، كما اشترط المشرع إضافة لما سبق يقوم به شخص معين مهما كانت صفته،إضافة إلى أنه كذلك لم يشترط وسيلة معينة أي بأي وسيلة من الوسائل.

2-عناصر الإشهار

يقوم الإشهار على عنصرين العنصر المادي، والعنصر المعنوي:

أ- العنصر المادي: المتمثل في كل فعل أو نشاط أو استخدام أدوات التعبير التي يتم بها الإعلان. ومن أمثلة هذه الأدوات ومن الوسائل المكتوبة نجد صحيفة مجلة لوحة منشورا أم مطبوعا، أما الوسائل المرئية فنجد الصورة أو السينما أو التلفزيون وغيرها،" [4]" وقد يكون شفويا كما تم ذكره، ومن الأمثلة على الوسيلة الشفوية قيام المندوبين الجوالين بالمرور على المنازل بقصد عرض المنتوجات والخدمات مثلا. لإحداث التأثير النفسي لدى الجمهور، فالإعلان هو رسالة من المعلن إلى الجمهور هدفها تغيير نمط سلوك استهلاكي بحيث يسلك الجمهور السلوك الذي يقصد منه المعلن وهو الإقبال على منتوجاته أو خدماته محل الإعلان .

ب- أما العنصر المعنوي: للإشهار وهو نية تحقيق الربح التي يسعى له المعلن وراء الإعلان، الذي يرسله للجمهور بسلوكه المادي المتمثل في استعمال وسيلة الإعلان، بزيادة العملاء أو طالبي السلعة أو الخدمة محل الإعلان." [5]" ومن بين الأمثلة التي تضرب في هذا الصدد، تلك الإعلانات التي تصدر عن وزارة الصحة بوجوب استعمال أكياس بلاستيكية لرمي القمامات، من خلال عرضها لنوع

---

[1]- علي بولحية بن بوخميس ، **المرجع السابق** ، ص51، .

[2]-عمر عبد الباقي، **المرجع السابق** ، ص 94 .

[3]- المادة30من القانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

[4] - WILFRID JEAN DIDIER, droit pénal des affaires, 6 édition, DALLOZ, 2005, p 407.

[5]- القاضي أنطوان الناشف، **المرجع السابق،** ص 23-24

محدد من هذه الأكياس لمتانتها وقوتها، حتى لا تحدث مزبلة بتقطيع الكلاب لها، وإن كانت تدعو بطريقة ما إلى شراء نوع معين منها، وبالتالي دعاية تجارية، ولكن لا تسعى إلا تحقيق الربح، ولكن للمحافظة على الصحة العامة، ومنه يخرج هذا الإعلان من دائرة الإعلانات التجارية .

3-أهمية الإشهار التجاري

وتكمن أهمية الإشهار بالنسبة للمحترفين وبالنسبة للمستهلكين من جهة أخرى.

أ -أهمية الإشهار بالنسبة للمحترفين

فالنسبة للمحترفين يعتبر لهم الإشهار التجاري من أهم الوسائل التي تربطه بعلاقة دائمة مع جمهور المستهلكين عليها، وكثرة الطالب مما يحقق له فائدة تجارية كبيرة وهي التي يتصف ها كل نشاط تجاري.

إلا أنه قد يكون له آثار سلبية، ولكن في حالة السلوك غير القانوني الذي يقدم عليه المعلن في تقديم إشهاره، وخداع الجمهور بأساليب احتيالية مما قد يوقع المستهلك في التدليس وحينئذ نكون أمام إشهار غير قانوني."[1]

ب- أهمية الإشهار بالنسبة إلى المستهلك

يوجه الإشهار للمستهلك باستخدام وسائله ذات التغطية الشاملة كالصحف الوطنية والراديو والتلفزيون أو تقوم به أكثر من دولة واحدة ويوجه للمستهلكين في دول مختلفة.[2] "

فالمستهلك قبل أن يقوم باتخاذ قرار الشراء يكون في حالة تشويش معرفي بين الشيء الذي يختاره والشيء الذي يتوافق وما يطلبه وما يملكه من إمكانات الحصول عليه." [3]

ثانيا: صور الإشهار غير المشروع

لقد اشترطت جميع التشريعات المتعلقة بحماية المستهلك أن يكون الإشهار التجاري مشروعا وغير مخالف للنظام العام والآداب العامة، فالإعلان الذي يحرص على اقتناء المخدرات أو ممارسة الدعاية فلن يكون مشروعا."[4]

ويجب أن يكون بعيدا عن أي كذب أو تضليل للمستهلك ولكن إن لكل مشرع نظرته في تحديد صور التي يعتبرها.

ثالثا: صور الإشهار غير المشروع

حدد المشرع في المادة 38 من القانون 04-02 ثلاث حالات يعتبر فيها الإشهار تضليليا غير شرعي."[1]

---

[1]- تاريخ وتطور الإعلان، منشورة على: www.alnassr.com/vb/showtheard.php?t=175629 .le 03/03/2011

[2]- عبد الحق ماني،**المرجع السابق**، ص110.

[3]- عمر عبد الباقي، **المرجع السابق**، ص 118.

[4]- عبد الحق ماني، **المرجع نفسه**، ص 110.

1-الإشهار المفضي إلى التضليل

من خلال المادة 01/28 من القانون 04-02 فإنه يعتبر إشهارا غير مشروع وممنوع كل إشهار" يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتوج أو خدمة أو بكمية أو أفرشة أو مميزاته"، ونفهم من ذلك أن التضليل لا يشترط أن يقع فعلا بل يكفي احتمال وقوعه مستقبلا.ومن أمثلة ذلك كتابة ان المنتوج مستورد وهو محلي فهذا إشهار مفض إلى التضليل من خلال تضليل المستهلك في التعريف به وحرمانه من معرفة المعلومات الصحيحة عنه.

والملاحظ أن المشرع لم يشترط قصد التضليل (الركن المعنوي) لدى صاحب الإشهار وإنما اكتفى بالمادي المتمثل في أي يكون الإشهار متضمنا لبيانات أو تشكيلات يمكن أن تفضى إلى التضليل وبالتالي فإن الجريمة التي تجسدها هذه الصورة للإشهار التضليلي هي " جريمة مادية " لا تحتاج إلى الركن المعنوي هو أي سلوك من شأنه خداع الملتقى وإيقاعه في الغلط لأمل الكذب فهو ادعاء مخالف للحقيقة."[2] "

وقد حاول المشرع حماية المستهلك من التضليل في نصوص عديدة أخرى ومنها الآمر 03-06 المتعلق بالعلامات، حيث نص المشرع في المادة 70 منه على الحالات التي يرفض تسجيل العلامة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية."[3]"

2- الإشهار المفضى إلى اللبس

نصت المادة 02/28 من القانون المذكور سابقاعلى أنه "يعتبر إشهارا تضليليا غير شرعي وممنوعا إذا كان يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر ومنتوجاته أو خدماته أو نشاطاته"."[4]"

يتضح من ذلك أن المشرع في هذه الصورة أيضا لم يستوجب وقوع اللبس فعلا وإنما يكفي إمكانية حدوثه في المستقبل ، كما أن المشرع لم يشترط على غرار الصورة السابقة أي قصد التلبس لدى صاحب الإشهار أي لم يشترط أي عنصر معنوي وبالتالي فإن الإشهار في هذه الصورة أيضا بشكل جريمة مادية.

وعليه حضر هذا النوع من الإشهار بالنسبة للمستهلك تتجلى في أن اللبس الحاصل نتيجة الإشهار من شأنه توليد الشك والأوهام في ذهن المستهلك ،فيقدم على اقتناء ما لم يقصد اقتناؤه فعلا من السلع والخدمات أو التعاقد مع لم يكن ينوي التعاقد معه، فتحيد بذلك إرادته عن منحناها الصحيح نتيجة معالجتها من بلبلة وتشويش، ولا يكون ذلك إلا إذا كان هذا منتوج أو سلعة أو نشاط بائع آخر.

---

[1]- المادة38 من القانون 04-02 . الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

[2]- محمد السعيد الزرقد، **المرجع السابق**، ص 59.

[3]- الأمر 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية، عدد 44، المؤرخة في 2003/07/23.

[4]- المادة28 من القانون 04-02 . الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

وبالتالي فإن المشرع من خلال حظره الإشهار المفضي للبس يستهدف حماية رضى المستهلك، وذلك بأن يكون اختياره حرا ونزيها ولا يشوبه أي لبس أو تشويش.

ولا شك أن حظر الإشهار المفضي إلى اللبس من شأنه تكريس نزاهة الممارسات التجارية بين المحترفين، وهي تقليد العلامات المميزة لمحترف منافس أو تقليد منتجاته أو خدمة أو الإشهار الذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا المحترف إليه يزرع شكوكا وأوهاما في ذهن المستهلك." [1]"

ولقد لعب القضاء في الجزائر دورا هاما في مقاومة التلبس الذي قد يضلل المستهلك حتى قبل صدور القانون 04-02، وذلك من خلال حماية العلامات التجارية خصوصا من خلال جريمة المحاكاة التدليسية.

3- الإشهار المضخم

تنص المادة 03/28 على أنه" يعتبر إشهارا غير شرعي وممنوع كل إشهار تضليلي يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار"." [2]"

فالمشرع في هذه الصورة للإشهار التضليلي للمحترفين الذين يبثون إشهارات تفوق قدراتهم الحقيقية، والملاحظ أن المشرع هنا أيضا لم يشترط أي قصد جنائي وبالتالي إذا كان الإعلان المضخم سببه سوء في تقدير المحترف لقدراته الحقيقية وإن كان ذلك لا ينفي عن الإشهار صفة التضليل.

نستنتج مما سبق عملية الإشهار نظمتت بنصوص خاصة حثث رسم من خلالها الحدود التي لايجب أن يتعداها المشهر أثناء التشهير بمنتوجاته أو خدماته وذلك بتحديد الصور التي يكون عليها الإشهار غير المشروع ونلاحظ توسع المشرع الجزائري فيما يخص هذا المجال مما يحقق به حماية أفضل للمستهلك .

---

[1]– محمد عماد الدين عياض، **المرجع السابق**، ص 128–129.

[2]– المادة28 من القانون 04–02 . الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

خلاصـــــة الفصل الأول

حق المستهلك في الإعلام وإن كانت بوادره ترجع إلى الزمن الغابر، بمجموعة من القواعد البسيطة التي تحمي المشتري بصفة عامة، إلا أنه لم يرق إلى ما هو عليه الحال في ظل التطور القانوني للمجتمعات، حيث نجد أن التشريعات الحديثة والانقلابات القانونية قد أخذت مجراها في ظل عصر عرفت فيه العولمة القانونية سيطرة على ربوع القوانين الداخلية للدول، في إطار حفظ حقوق الإنسان، وباعتبار أن المستهلك هو الشريحة الكبرى داخل المجتمعات.

ولقد نظم المشرع الجزائري حق المستهلك في الإعلام، بإلقاء التزام على المحترفين بإعلام المستهلك بالمعلومات الصادقة والنزيهة قبل اختتام عملية البيع، حول خصائص المنتجات والخدمات، الأسعار المطبقة عليها، الإعلام بشروط البيع وحدود المسؤولية التعاقدية، وطريقة استعمال المنتجات والتحذير من المخاطر التي قد تنجر عن استعمالها، أو من المنتجات الخطرة بطبيعتها.

كما ألزم المحترف بوسم منتجاتهم بالمادة 17 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ورسم النظام القانوني للوسم، سواء من حيث طريقة الوسم، الشروط الواجب توافرها في الوسم أو في طريقة كتابة البيانات، كما حددت المراسيم التنفيذية المتعلقة بالوسم البيانات الصادرة تطبيقا للقانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الملغى بالقانون المذكور أعلاه البيانات الإلزامية الواجب إدراجها على بطاقة الوسم تحت طائلة التجريم، وهو ما يعرف بالإعلام الإجباري.

أما الإعلام الاختياري الذي يصدر عن المحترف، والذي يعرف بالإشهار التجاري، فقد اشترط فيه المشرع الجزائري أن يكون بالوسائل المشروعة، بعيدا عن التضليل واللبس.

الفصل الثاني

الأحكام الموضوعية لحماية حق المستهلك في الإعلام

تمهيـــــد وتقسيم

باعتبار أن الحماية المعطاة للمستهلك بحسب أحكام القوانين ترعى حماية المصالح الحيوية للمجتمع والفرد في الأراضي الجزائرية، و حين يقدر المشرع الجزائري عدم كفاية الحماية غير الجنائية التي تكلفها فروع القانون الأخرى وخاصة الحماية المدنية ، ومن ذلك مصالح جمهور المستهلكين حين نجد بعض هذه المصالح محمية بنصوص وردت في قانون العقوبات أما غالبية هذه المصالح فإنها محمية بواسطة قوانين خاصة هي بحسب الأصل قوانين اقتصادية بالمعنى الأكثر اتساعا – تضمنت جزاءات جنائية كما أنه وضعت أحكاما خاصة للتجريم والمسؤولية في حالة الإضرار بهذه المصالح أو تعريضها للخطر.

وسنأتي بهذا المبحث على تبيان الجرائم الماسة بحق المستهلك في الإعلام والتي نكتفي فيه بذكر الجرائم المباشرة التي تمس بحق المستهلك في الإعلام دون التطرق إلى الجرائم الأخرى،مع تبيان مدى المسؤولية الملقات على عاتق الأشخاص الطبيعية والمعنوية إضافة إلى التطرق بعد هاتين النقطتين الجزاء الجنائي لجرائم حق المستهلك في الإعلام التي سنخصها بالدراسة في هذا الفصل .

المبحث الأول: الجرائم المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام

حق المستهلك في الإعلام له وجهين الأول يتمثل في وجوب تزويد المستهلك بالمعلومات المتعلقة بالعقد المراد إبرامه، أما الثاني أن تكون هذه المعلومات حقيقية ومطابقة للواقع، أي لا تنطوي على تضليل المستهلك، وفقا لهذين الوجهين نشأ نوعين من الجرائم جرائم الامتناع عن إعلام المستهلك وتناولها في المطلب الأول أما جرائم الغش وتضليل المستهلك في المطلب الثاني مع تناولنا لجزاء كل جريمة على حدى.

المطلب الأول: جرائم الامتناع عن إعلام المستهلك

هذا النوع من الجرائم ،إما يمتنع المحترف عن الإعلام كليا أو جزئيا، أو أن إعلامه يكون مخالف للنظام القانوني الذي ألزمه المشرع دون نية خداعه أو تضليله سواء بالامتناع عن الإعلام عن أسعاره، أو الامتناع عن وسم المنتوجات، ولذا سوف نتناول في هذه المطلب جريمتين في الفرع الأول جريمة عدم الإعلام بالأسعار، أما الفرع الثاني جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم.

الفرع الأول: جريمة عدم الإعلام بالأسعار

أوجب المشرع الجزائري المحترفين بإعلام المستهلكين بالأسعار وتعريفات السلع والخدمات بموجب المادة 04 والمادة 05 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، تحت طائلة الجزاء الجنائي في حالة المخالفة طبقا لنص المادة 31 من القانون المذكور سابقا، ولذا فالامتناع عن الإعلام بأسعار وتعريفات السلع والخدمات المعروضة تعتبر جريمة مما يقتضي منا تحديد الأركان التي تقوم عليها.وجريمة عدم الإعلام بالأسعار كباقي الجرائم تقوم على ثلاث جرائم وهي كالتالي:

أولا: الركن الشرعي للجريمة

يعتبر الركن الشرعي من أركان الجريمة لأنه لاجريمة ولاعقوبة دون نص ومنه فيقصد بالركن الشرعي النص القانوني الذي يحدد الأفعال غير المشروعة ويضع لها عقابا ولانسمي الجريمة جريمة دون نص تشريعي."[1]"

وفي قضية الحال حدد المشرع الجزائري الأساس القانوني الذي يجرم فعل الامتناع عن الإعلام بالأسعار تطبيقا لمبدأ شرعية العقوبات المنصوص عليها في القانون العقابي.

فأصدر المشرع الجزائري أول قانون يتعلق بالأسعار في سنة 1975 بموجب الأمر رقم 75-37 المؤرخ في 29 أفريل 1975 المتعلق بالأسعار وقمع المخالفات الخاصة بتنظيم الأسعار، فبموجب

---

[1]- أكرم محمود الجمعات، **العلاقة بين الجريمة التأديبية والجريمة الجنائية "دراسة مقارنة"**، مذكرة ماجستير في القانون العام، كلية الحقوق،جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كانون الثاني- 2010، ص21 وما يليها.

المادة 10 منه ألزم المشرع المحترفين الإعلان عن الأسعار للمستهلك عن طريق وضع بطاقات الأسعار أو أية طريقة ملائمة تحدد كيفياتها عن طريق وزير التجارة ، واعتبرها مخالفة بنص المادة 10 من السند المذكور أعلاه وحدد بها عقوبة الغرامة بموجب المادة 50 من نفس الأمر."[1]

وفي إطار الإصلاحات الاقتصادية، ألغى القانون أعلاه بصدور القانون 89-12 المؤرخ في 05 يوليو 1989 المتعلق بالأسعار."[2]

وألغى القانون 89-12 السالف الذكر بالقانون رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة."[3] ونصت المادة 53 منه على وجوب إشهار الأسعار ،ورفع من قيمة الغرامة المطبقة في حالة مخالفة نص المادة ،حيث رصد لها عقوبة الغرامة التي تتراوح ما بين 5000 دج و 500.000 دج ولكن بحلول سنة 2003 أصدر المشرع الجزائري القانون 03-03 المتعلق بالمنافسة "[4]"، ناسخا بذلك القانون 95-06 المتعلق بالمنافسة، إلا فيما يتعلق بإشهار الأسعار فهو جاري به العمل حسب نص المادة 02/73 من القانون 03-03 المذكور أعلاه والتي تنص على أنه: "يبقى العمل جاريا بصفة انتقالية بأحكام الباب الرابع والخامس والسادس من الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 23 شعبان عام 1415 الموافق 25 يناير سنة 1995 والمذكور أعلاه ..." وبالرجوع إلى المادة 53 من القانون رقم 95-06 فإن إشهار الأسعار إجباري ويتولاه البائع قصد إعلام الزبون بأسعار بيع السلع والخدمات وشروط البيع، وامتداد سريان الأمر 95-06 السالف الذكر إلى غاية صدور القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية حيث أن القانون 04-02 المذكور بين نصوصه جل النصوص القانونية المتعلقة بإشهار الأسعار التي كانت في الأمر 95-06 السالف الذكر، حيث بموجب المادة 04 والمادة 05 فرض على المحترف إعلام المستهلك بالأسعار وتعريفات السلع والخدمات المعروضة للاستهلاك تحت طائلة الجزاء الجنائي كل مخالفة لذلك طبقا للمادة 31 منه."[5]

ثانيا: الركن المادي للجريمة

يقصد بالركن المادي للجريمة ترجمة الجاني للفكرة الإجرامية في صورة سلوك مادي ملموس، أي أن النشاط أو السلوك الإجابي أو السلبي الذي تبرز به الجريمة إلى العالم الخارجي، فتكون بذلك

---

[1]- الأمر رقم 75-37 المؤرخ في 29 أفريل 1975 المتعلق بالأسعار ومخالفة تنظيم الأسعار، الجريدة الرسمية 38 المؤرخة في 1975/05/13 الجزائر، سنة 1975.

[2]- القانون رقم 89-12 المؤرخ في 1989/07/05 المتعلق بالأسعار، الجريدة الرسمية عدد 29 المؤرخة في 1989/07/19، الجزائر سنة 1989.

[3]- الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 1996/01/25 المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية عدد 09 المؤرخة في 1995/02/22، الجزائر، سنة 1995.

[4]- الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 2003/07/19 المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية عدد 43 المؤرخة في 2003/07/20، الجزائر، سنة 2003.

[5]- القانون 04-05 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

قدإعتدت على الحقوق والمصالح أو القيم التي يحرص الشارع على صيانتها أو حمايتها.ويقوم هذا الركن على ثلاث, عناصر وهي:

السلوك الإجرامي وهو فعل أو امتناع يأتيه الجاني، والنتيجةالإجرامية وهي الاعتداء على المصلحة التي يحميها القانون سواء أدى هذاالاعتداء إلى الأضرار بالمصلحة المعتدى عليها أم تهديدها بالخطر وعلاقة سببية لا بد لاكتمال البناء القانوني للجريمة أن يكون الفعل المرتكب من قبل الجاني، أي أن يكون هو سبب حدوث النتيجة سواء أكان فعلا إيجابيًا أم امتناعًا، وهو ما اتفق الفقه على تسميته بعلاقة أو رابطة السببية بين السلوك المجرم والنتيجة الضارة، ويجب أن تكون هذه النتيجة ناشئة عن ذلك الفعل تربط بينهما، فإذا تحققت هذه العناصر جميعًا اكتمل الركن المادي وعدت الجريمة تامة، وإلا فإن الجريمة تكون ناقصة عندها يمكن أن يعد سلوك الجاني شروعًا بارتكاب الجريمة، ويعتمد الركن المادي أساسًا على عنصر السلوك الإجرامي،وأحياناً يكون هذا العنصر كافيًا وحده في قيام الجريمة،"[1] وتطبيقا على قضية الحال نجد أنه:

تعد جريمة الامتناع عن الإعلام بالأسعار والتعريفات من الجرائم السلبية التي تقع بطريقة الترك، حيث يمتنع الجاني عن القيام بعمل استوجبه القانون وهو باستطاعته القيام به، كما تعد أيضا من الجرائم السلوكية فلا يشترط لتمامها تحقيق نتيجة معينة. "[2]" وتقوم هذه الجريمة بمجرد الامتناع عن الإعلام بالأسعار.

وجرم المشرع عدم الإعلام بالأسعار، سواء كان الشيء مادي المعروض أمام المستهلك مقتنن السعر أم حر، ففي الأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة حيث أوجب في المادة 53 من الأمر وجوب إشهار الأسعار، من أجل إعلام المستهلك أو المحترف بالسعر المطبق على السلعة أو الخدمة والتي نص عليها في القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، فنص في المادة 04 منه على إلزام البائعين الزبائن ،ولفظ الزبائن عام، مما يفهم أن الإعلام حول الأسعار هو حق للمهنيين والمستهلكين على حد سواء، أي أن وجوب الإشهار عن الأسعار يكون على كل عارض للسعلة أو الخدمة، سواء كان تاجر جملة أو تاجر تجزئة، وهذا الالتزام عام في جميع النصوص التشريعية، ويشمل السلع والخدمات، أما طرق الإشهار عن الأسعار فتكون بوضع علامات أو ملصقات أو معلقات أو أية وسيلة مناسبة لإعلام المستهلك بأسعار البيع، وهذا ما ينص عليه المشرع الجزائري في المادة 05 من القانون 04-02 المذكور سابقا."[3] "

[1] - أكرم محمود الجمعات، **المرجع السابق**، ص23 ومايليها.

[2] - أحمد محمد محمود خلف، **الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة (دراسة مقارنة)** ، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر المنصورة، ط1، 2007، ص 132.

[3] - المادة 05 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، أنظر كذلك المادة 55 الفقرة الأولى من الأمر رقم 95-66 المتعلق بالمنافسة.

ويفهم من خلال نص المادة ان المشرع ترك الحرية الكاملة للمهنيين في اختيار الوسيلة المناسبة لإعلام المستهلك بالأسعار المطبقة على السلع والخدمات المعروضة.

ولكن المشرع اشترط في طريقة إعلام المستهلك بالأسعار أن تكون مرئية واضحة ومقروءة ومنه وضع هذه البيانات وعندما تكون غير جلية للمستهلكين فإن مسؤولية المهنيين في هذه الحالة قائمة، أو غير واضحة (عدم وضوح الخط الذي كتب به السعر)، مثلا قيام المهني بوضع بطاقة السعر ولكن الخط رقيق جدا، مما لا يمكن المستهلك من قراءتها، أو أنه تكون غير مقروءة لمعرفة السعر المطبق، ففي كل حالة تقوم مسؤولية المهني كما اشترط أن تكون ملازمة للسلعة المعروضة وذلك عن طريق وضع السعر على المنتوج نفسه أو على غلافه."[1]

كما ألزم المشرع على المهنيين ليس بالسعر فقط في إعلام المستهلك، بل بإعلامه بالكمية المطبقة عليها السعر، وذلك حسب طبيعة السلعة إما بالعدد أو بالوزن أو الكيل أو المقاس، وفي حالة ما تكون هذه السلع مغلفة فيجب وضع علامات على الغلاف تسمح بمعرفة العدد أو الوزن أو الكيل المقابل للسعر المعلن."[2]

وقد يحدث عملا عدم بقاء البطاقة الموضوعية على السلعة في مكانها إما لحركة معاملات التاجر أو لكثرة أيدي المستهلكين التي تتناول سلعة من السلع فيكون من التكليف بالمستحيل أن يكلف البائع بملاحظة بطاقات الأسعار بصفة دائمة وإلا أدى ذلك البائع بملاحظة بطاقات كما قد يتعطل البائع بأي سبب من الأسباب للتهرب من أحكام قانون التسعيرة.[3]

كذلك في مجال الخدمات أوجب المشرع الجزائري الإعلان عن الأسعار المقابلة للخدمة، ففي المرسوم التنفيذي رقم 200-46 المؤرخ في 01 مارس 2000 الذي يعرف المؤسسات الفندقية ويجدد تنظيمها وسيرها، في المادة 31 منه أوجبت إيضاح الأسعار إيجار الغرف واستهلاك المأكولات والمشروبات في لافتات توضع عند مدخل المؤسسات الفندقية، وفي مكاتب الاستقبال والدفع وفي الغرف.

أما في المرسوم التنفيذي رقم 02-448 المؤرخ في 17-12-2002 المعدل والمرسوم التنفيذي رقم 96-40 المؤرخ في 1996/01/15 المتعلق بالتعريفات القصوى لنقل الركاب في سيارات الأجرة "طاكسي" ينص المادة 07 منه، وبذلك عن طريق تعليق التعريفات التي تطبق على الخدمات التي يقدمها سائقي سيارات الأجرة الفردية والجماعية بشكل واضح داخل السيارة.[4]

[1]- المادة 55-02 من الأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة.

[2]- المادة 3/5 من القانون رقم 04-02 المحدد بالقواعد المطبقة للممارسات التجارية.

[3]- أحمد محمد محمود خلف، **المرجع السابق**، ص 133.

[4]- المرسوم التنفيذي 02-448 المؤرخ في 2002/12/17 المتعلق بالتعريفات القصوى لنقل الركاب في سيارات الأجرة طاكسي، الجريدة الرسمية عدد 85 المؤرخة في 2002/12/22، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية الجزائر، سنة2002.

بالإضافة إلى المرسوم التنفيذي رقم 09-65 المؤرخ في 07 فيفري 2009 المحدد للكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة."[1]

وإضافة لما سبق ذكره المشرع الجزائري بالمادة 05 و 06 من المرسوم المذكور سابقا أعلاه وقت الإعلام بالأسعار والتعريفات المطبقة على الخدمات، وذلك قبل إنجاز المعاملة، وذلك عن طريق تقديم كشف للمستهلك قبل إنجاز الخدمة، موضحا فيه مقدمة الخدمة بشكل محصل على الخصوص طبيعة الخدمة والعناصر المكونة للأسعار والتعريفات وكيفية الدفع، ويجب أن يحرر هذا الكشف باللغة العربية طبقا للمادة 07 من المرسوم المذكور أعلاه ، وفي حالة مخالفة هذا التنظيم القانوني تطبق العقوبة المنصوص عليها في القانون 04-02.

وعليه في مجال بعض الخدمات لا يمكن تحديد سعر الخدمة دفعة واحدة من خلال عملية حسابية يقوم بها مقدم الخدمة، ولكن يقع التزام على مقدم الخدمة بإعلام مستهلك الخدمة بالسعر المقابل لوحدة ونضرب في ذلك مثلا مقاولة البناء ، فهذا لا يستطيع أن يعلن السعر المقابل للخدمة إلا من خلال احتساب وحدة الخدمة وإجراء عملية جداء في السعر المطبق على الوحدة، ولكن يلتزم بالإعلان عن السعر المطبق على الوحدة مثلا 500 دج على كل متر مربع أو 1200 دج عن كل يوم عمل...الخ.

أما في حالة المحترف يقدم الخدمات متنوعة، ففي هذه الحالة فيجب على المحترف الإعلان عن كل سعر مقابل خدمة محدودة، وفي حالة أن المستهلك يستهلك خدمات متنوعة من هذا المحترف مقدم الخدمة، فما عليه إلا حساب المجموع عن طريق عملية جمع الأسعار المطبقة على كل خدمة على حدا.

كما يجب أن يبلغ سعر البيع الإجمالي، وهذا ما نص عليه لمشرع الجزائري في المادة 06 من القانون 04-02 المذكور سابقا، وكذا المرسوم التنفيذي رقم 07-390 المؤرخ في 2007/12/12 المحدد لشروط وكيفيات ممارسة نشاط التسويق السيارات.

فالمادة 22 منه أوجبت أن يحرر السعر باحتساب كل الرسوم ويحتوي عند الاقتضاء التخفيضات والاقتطاعات والانتقاصات الممنوحة، وذلك في سند الطلبية الخاصة بالسيارة والمبين لسعر البيع، وهذا السعر لابد أن يكون ثابتا غير قابل للتعديل عند الزيادة خلال مدة صلاحية الطلبية، وعليه فتقوم مسؤولية المحترف عند إشهاره لسعر سلعة أو خدمة معينة، بقيمة محددة، وعند التقدم لتسديد

[1]- المرسوم التنفيذي 09-65 المؤرخ في 2009/02/07 يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة، الجريدة الرسمية عدد 10 المؤرخة في 2009/02/11، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2009.

المستهلك الثمن بعد انتقائها يفاجأ بزيادات غير معلن عنها في الوسيلة التي اعتمدها في إشهاره عن السلع المطبق.

كما يلتزم المحترف بوضع السعر بالعملة الوطنية، لأن واجب الإشهار في الأسعار يكون بالعملة الوطنية وهي الدينار الجزائري."[1] "

ثالثا: الركن المعنوي للجريمة

يتمثل الركن المعنوي للجريمة بالقصد الجنائي الذي يتجسد باتجاه إرادة الجاني إلى ارتكاب الجريمة مع العلم بأركانها بقصد تحقيق النتيجة الإجرامية، ويجب أن يكون الجاني عالمًا علمًا يقينًا لا يقترن بأي جهالة بأن فعله سيؤدي إلى حدوث عملٍ إجرامي يعاقب عليه الشارع،
ويشترط أيضًا لكي يكتمل الركن المعنوي أن يتمتع الجاني بإرادة حرة توجهه إلى ارتكاب الفعل المجرم أو تصده عن القيام بما أوجبه عليه القانون، وكان له أيضًا إدراك يميز به ما يصدر عنه من التصرفات،

وجب عندئذ البحث عما إذا كانت هذه الإرادة جانية أو آثمة، وتكتسب الإرادة هذا الوصف على أساس العلاقة التي تقوم بينها وبين الفعل المرتكب والنتيجة التي يفضى إليها، وتتخذ الإرادة الجانية أو الآثمة إحدى الصورتين : الأولى وهي القصد والثانية وهي الخطأ.

1- القصد الجنائي

المقصود بالقصد الجرمي أو الجنائي هو اتجاه إرادة الجاني إلى القيام بالنشاط الإجرامي وإلى إحداث النتيجة المترتبة على هذا النشاط الذي قام به، مع توافر العلم لديه بكافة العناصر والشروط التي يتطلبها القانون من أجل قيام الجريمة .أي تنصرف إرادة الجاني إلى ارتكاب الجريمة مع توفر العلم لديه بكافة عناصرها القانونية. ويتضح من التعريف السابق بأن القصد الجنائي يتكون من عنصرين هما: الإرادة والعلم.

2- الخطأ

لم تعرف غالبية التشريعات الجزائية الخطأ وإنما أوردت صورًا ونماذج للخطأ غير المقصود؛ لذا قام فقهاء القانون الجنائي بتعريف الخطأ غير المقصود، فعرفه الدكتور عبد الحق ماني بأنه " إخلال الشخص بواجبات الحيطة والحذر التي يفرضها القانون ، سواء اتخذت صورة الإهمال أم قلة الاحتراز أم عدم مراعاة إذ يفترض الخطأ اتجاه الإرادة إلى ارتكاب الفعل وعدم اتجاهها إلى إحداث النتيجة الضارة التي نجمت عن هذا الفعل."[2]

[1]- المادة 04 من الأمر 03-11 المؤرخ في 2003/08/26 المتعلق بالنقد والقرض ،الجريدة الرسمية العدد 52 المؤرخ في 2003/08/27، سنة 2003 .

[2] – عبد الحق ماني، **المرجع السابق**، ص 133.

[2]- أكرم محمود الجمعات، **المرجع السابق**، ص 30 ومايليها.

وتطبيقا على قضية الحال لايوجب القانون توافر قصد جنائي خاص في جريمة عدم الإعلان عن الأسعار على السلع المعروضة للبيع وإنما يكتفي بالقصد الجنائي العام بعنصرية العلم والإرادة.فعند قراءتها للمادة 04 من القانون 04-02 نجد المشرع الجزائري، جعل جريمة عدم الإعلام بالأسعار جريمة مادية يكفي لقيامها الركن المادي، وفي هذا النوع من الجرائم التي تمس بالمستهلك، فإن الخطأ المفترض، والمسؤولية المفترضة على المحترف وافتراض هذه المسؤولية هو نوع من أنواع الحماية القانونية للمستهلك. "[1]"

الفرع الثاني: جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم

العلامات التجارية التي توضع من أجل الإيضاح التي يتعلق بصنعه مباشرة أو غير مباشرة بعدد البضائع أو مقاسها أو كليهما ...الخ فهي من الإيضاحات اللازمة لإعلام المستهلكين عن البضائع.

وقد ألزم المشرع الجزائري من خلال النصوص التشريعية على عارض السلع والخدمات كتابة البيانات الكافية عليها، من أجل إعلام المستهلك بخصائصها المميزة لها وطريقة استعمالها، والمخاطر التي قد تنجم عنه بطريقة واضحة وسهلة وباللغة الوطنية وعلى سبيل الإلزام وأن تكون هذه البطاقات ثابتة على المنتج غير قابلة للإزالة ولا المحو وفي حالة مخالفة هذا التشريع، تقوم الجريمة إدا توافرت أركانها ، فما هي أركانها ؟

أولا: الركن الشرعي للجريمة

كما سبق تعريف الركن الشرعي للجريمة بأنه "النص القانوني الذي يحدد الأفعال غير المشروعة ويضع لها عقابا ولانسمي الجريمة جريمة دون نص تشريعي". وفي قضية الحال نجد:

المشرع الجزائري بموجب القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك وفي المادة 03 منه أوجب على العون الاقتصادي إمداد المستهلك بالمعومات الضرورية حول المنتوج أو الخدمة حيث جاء في الفقرة 03 منه...." وأن يقدم المنتوج وفق مقاييس تغليفه، وأن يذكر مصدره، وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لأستهلاكه وكيفية استعماله والاحتياطات الواجب اتخاذها من أجل ذلك وعمليات المراقبة التي أجريت عليه...."[2]"

[1] – مرفت عبد المنعم صادق، **المرجع السابق**، ص 378.

[2] –المادة 03 من القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك .

وقد تم إلغاء هذا القانون 89-02 السالف الذكر بعد صدور القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الذي نص فيه على وجوب إعلام المستهلك بالمعلومات المتعلقة بالمنتوج عن طريق الوسم بالمادة 17 منه ونظم المشرع عملية، بموجب المرسوم التنفيذي رقم 05-484 المؤرخ في 90-367 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها. والمرسوم التنفيذي رقم 90-366 المتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية وعرضها.

واشترط كذلك أن تدون البيانات التي حددها في هذه المراسيم باللغة العربية كما اشترط فيها الدقة والنزاهة، وفي حالة الإخلال بهذا التنظيم تقوم المسؤولية الجزائية وفقا لنص المادتين 21 و 28 من القانون 89-02 المذكور سابقا."[1]

2- الركن المادي للجريمة

في قضية الحال يتحقق هذا الركن لجريمة مخالفة النظام القانوني للوسم بنشاط إجرامي يصدر من طرف المحترف يخالف فيه النصوص التشريعية التي ألزمته بوضع البيانات الإجبارية على السلع، ومحل عليه النشاط.

فالنشاط الإجرامي يقصد به كل سلوك يأتيه الشخص يخالف فيه التزامات فرضتها القوانين سواء التزم بالامتناع عن فعل أو التزام بالفعل، وفي هذه الجريمة هي كل النشاطات الصادرة عن المحترف بمخالفة النصوص التشريعية التي نظمت عملية الوسم.

فالمشرع الجزائري اشترط في النصوص التشريعية على وجوب لبس، حول طبيعة المنتوج وتركيبه ونوعيته الأساسية، ومقدار العناصر الضرورية الداخلية في التركيب، وطريقة تناوله، وتاريخ الصنع، والأجل الأقصى لاستهلاكه والمقدار والأصل."[2]"

أما فيما يخص المحل الذي ينصب عليه النشاط الجرمي لهذه الجريمة هي البطاقة الإعلامية للمنتوج، حيث جاءت المراسيم التنفيذية بتنظيم عملية الوسم، التي حددت البيانات الواجب توافرها على الوسم، أي أن الوسم المنتوج لابد أن يذكر فيه جميع البيانات الإجبارية، التي تحددها الموصفات القياسية الجزائرية ومنه في حلة عدم وضع البيانات ،أو بيان من البيانات الإجبارية، فنكون بصدد جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم، ولا يعفى من ذكر بيان البيانات إلا إذا نص القانون على ذلك شل

[1] –عبد الحق ماني ،**المرجع السابق**، ص 189.

[2] –المادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المتعلق بوسم المواد غير الغذائية وعرضها والمادة13 من المرسوم التنفيذي رقم 90-367.

ما حدده المشرع الجزائري بالنسبة للمواد التالية: كالملح، والخل، والسكريات، والخمور، والمشروبات الكحولية وغيرها." [1] "

التشريع الجزائري بالرجوع إلى نص المادة 12 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش فإن المسؤولية تقوم على الجميع بداية بالمنتج أو المصنع إلى البائع، فالمادة 12 أوجبت على كل متدخل أن يتحرى على مدى مطابقة المنتوج للمواصفات والتنظيمات المعمول بها ،وحسنا فعل المشرع الجزائري مما يعطي حماية أكثر للمستهلك." [2]"

3- الركن المعنوي للجريمة

في قضية الحال وحسب المادة 78 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التي تنص: "يعاقب ... كل من يخالف إلزامية وسم المنتوج المنصوص عليه في المادتين 17 و18 من هذا القانون" فالجريمة تقوم بمجرد مخالفة النص القانون، بغض النظر عن اتجاه إرادة الجاني إلى ارتكاب الجريمة.

فالجريمة تتحقق بمجرد الخروج عن الالتزامات التي فرضتها التشريعات بشأن تداول وتعبئة وعرض المنتجات، حتى ولو لم يترتب عليها ضرر يكون قد تحقق بالفعل، وإن ذلك يجعل منها جريمة خطر وهذا يكشف عن الطبيعة الوقائي ة التي يتصف بها النص الجزائي فهي جريمة عمدية، يتوافر ركنها المعنوي يتوافر القصد الجنائي العام على توفر العلم بارتكاب المخالفة لهذا الالتزام، التي يتحقق بها النشاط المادي الإجرامي لهذا الالتزام المفروض في النصوص التشريعية ،لأنها جريمة خطر. [3]

وهذا من الحماية الإضافية للمشرع الجزائري

المطلب الثاني: جريمة خداع وتضليل المستهلك

ويتحقق الخداع أثناء عملية وضع المنتوج للاستهلاك، وهي مراحل الإنتاج والاستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة والتجزئة، وهنا تظهر حماية أكثر مما كان عليه الحال بتطبيق نص المادة 429 من قانون العقوبات السالفة الذكر.

أما من خلال نص المادة 68 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، هو المستهلك الذي يقع عليه فعل الخداع ، وذلك لحماية المستهلك من خداع المحترف .

الفرع الأول: جريمة خداع المستهلك

"كل فعل من شأنه أن يغير من طبيعة المواد أو فائدتها التي دخل عليها عمل الفاعل، ولا تهم الوسيلة التي لجأ إليها الفاعل في سبيل تحقيق غايته. فقد يتم الغش بإحلال مواد أقل قيمة مكان أخرى أعلى منها فيما يراد إدخال الغش عليه. أو بإنقاص بعض المواد أو إضافة مواد أخرى عليه تزيد من

[1] المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المعدل والمتمم المتعلق بوسم المواد الغذائية وغيرها .

[2] عبد الحق ماني ، **المرجع السابق** ، ص192 .

[3] علي محمود علي حمودة، **الحماية الجنائية للتصنيع الغذائي في ضوء التشريعات المطبقة**، دار النهضة العربية، مصر، 2003، ص185.

كميته و تقلل من مفعوله، وغير ذلك من الصور التي لا تدخل تحت حصر. حيث يتفنن الغشاشون في استنباطها لتحقيق أغراضهم بالحصول على أرباح طائلة وغير مشروعة ولمعرفة النطاق الذي ينصب عليه فعل الخداع في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نأتي على ذكر النطاق الذي ينصب عليه فعل الخداع في قانون العقوبات قبل صدور القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في التشريع الجزائري."[1]

أولا: نطاق جريمة الخداع في قانون العقوبات

حدد ذلك من خلال نص المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري فنطاق جريمة الخداع ينصب على:

أ-الخداع في طبيعة البضاعة

الخداع في طبيعة الشيء هو عبارة عن تغيير جسيم في خصائص الشيء المبيع بحيث إما أن يفقده طبيعته الأولى وإما ألا يجعله كليا صالحا للاستعمال الذي أعد من أجله بحيث تغيير في الحقيقة أنه تحول إلى شيء ذي طبيعة أخرى أي تغير أنه ناتج جديد.

مثال ذلك وصف الصابون بأنه نابلسي مع أنه خال من زيت الزيتون فالأمر هنا يتعلق بتغير جسيم وليس أي تغيير يجعل السلعة أول جودة وتقدير الوقائع المكونة لجريمة الخداع في طبيعة الشيء هو من المسائل الموضوعية التي يختص بتقديرها قاضي الموضو ع ولا تخضع لرقابة محكمة النقض أما تكييفا هذه الوقائع فهو خاضع لرقابتها."[2]

ب-الخداع في الصفات الجوهرية للبضاعة

نقصد بها " تلك الصفات الرئيسية التي يتضمنها الشيء موضوع العقد والتي تقوم عليها القيمة الحقيقية للبضاعة من وجهة نظر المتعاقد أي تك الصفات التي وضعها المتعاقد في اعتباره عند التعاقد وما كان ليتعاقد عند تخلفها ولا يلزم أن تكون هذه الصفة هي السبب الأساسي للتعاقد، ولكن يجب ان يكون أحد الأسباب الدافعة إليه."[3]

ويتم الاستناد في تقدير الخادع إلى المراسيم التنفيذية والقرارات الوزارية التي تحددها خصائص المنتجات والتي تدخل تحت تسمية معينة، والتي تسهل من عمل المحاكم." [4]

ت- الخداع في العناصر الداخلة في تركيبها

ويقصد بالخداع في العناصر الداخلة في التركيب: " فهو عبارة عن البيان كذبا عن وجوده ومقدار العناصر الداخلة في التركيب بغض النظر عن كونها نافعة.

1- DIDIER FERRIER, la protection des consommateurs, DALLOZ, 1996., p 33.

2- أحمد محمد محمود على خلف ،، **الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية** ، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية ، 2005 ، ص 200-201.

3- حسن أحمد الجندي، **شرح قانون قمع التدليس والغش،** دار النهضة العربية، القاهرة1990، ط2، ص 60.

4- عبد الحق ماني، **المرجع السابق** ، ص 204.

ويمكن تحديد هذه العناصر عن طريق القرارات الوزارية واللوائح التي تحدد الموصفات القياسية، ومنه تحقق الجريمة بمجرد أن يكون الشيء المعروض أو المسلم تحت اسم نعين، مختلفا في تركيبها أو مواصفاته عن تلك المنصوص عليها قانونا." [1]"

ويمكن الرجوع إلى بيانات العقد، أو لفاتورة الإشهار الذي يتضمن أحيانا المقومات اللازمة للمنتوج لإثبات الجريمة.

ث- الخداع المنصب على نسبة المقومات

ففي هذه الحالة يكون المنتوج مطابقا، غير أن بعض مواده قد فقدت فعاليتها بفعل الزمن، أي أن المنتوج فقد المنفعة أو الفائدة التي كان يتوخاها المتعاقد من إبرام العقد." [2]"

ج- الخداع المنصب على نوعها أو مصدرها

وعليه التجريم هنا ترجع إلى أن البضائع قد تتشابه من ناحية الشكل أو المظهر ولكنها تختلف فيها ما يليها بحسب النوع أو الأصل مثل أنواع الزيوت.

ويشترط للتعاقد أن يكون النوع أو الأصل أو المصدر المسند عنا إلى البضاعة بموجب الاتفاق أو العرف سببا أساسيا للتعاقد. وللمحكمة أن ترجع في تحديد ما إذا كان النوع أو المصدر سببا أساسيا في التعاقد إلى الاتفاق المبرم بين المتعاقدين، فإن لم يكن فإلى العرف أو الغرض من التعاقد، ويتم ذلك بجميع طرق الإثبات وعموما فهذه المسألة مسألة تخضع لتقدير قاضي الموضوع." [3]"

ويتم يتحدد نوع البضاعة بالمزايا أو الخصائص التي توجد فيها وتتميز عن المنتجات من نفس الجنس مثال ذلك : جنس الحيوانات كبيع قطيع جمال ذكور ولكن يجد فيها ذكورا وإناثا ....الخ" [4]"

ويحصل الخداع كذلك في مصدر البضاعة إذا كان الشيء المبيع من مصدر غير المصدر المتفق عليه ونذكر على سبيل المثال بيع سجاد تركي على أساس سجاد عجمي.

وتقع في أغلب الأحيان في جريمة الخداع بعض المزاعم التي توهم المجني بصحة المصدر أو النوع، ومثال ذلك قد يستعمل بيانا في الاسم التجاري وفي هذه الحالة توجد جريمتان، الأولى جريمة خداع والثانية جريمة وضع علامة أو بيان غير صحيح والمعاقب عليه بالمادة 33 من الامر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 والمتعلق بالعلامات.

ح- الخداع المنصب على الكمية المسلمة

يقصد بعدد البضاعة أو مقدارها أو مقاسها أو كيلها أو وزنها أو طاقتها أو عيارها.

---

[1]- أحمد محمد محمود علي خلف، **المرجع السابق**، ص 203.

[2]- عبد الحق ماني، **نفس المرجع** ، ص 205

[3]- أحمد محمد محمود علي خلف،**المرجع نفسه**، ص 204.

[4]- أحمد محمد محمود خلف ، **المرجع السابق**، ص 177.

والخداع في هذه الحالة لا يقل أهمية عن الحالات الأخرى، فطالما أن المشرع يعاقب على الخادع بمجرد إبداء أقوال كاذبة فإنه يجب أن يعاقب أيضا على الخداع الذي يقع على عدد البضاعة أو مقياسها أو كيلها أو وزنها أو طاقتها أو عيارها.

وتقوم الجريمة بمجرد توافر ركنها المادي بتسليم البضاعة أول وزنا من البضاعة المتفق عليها بالإضافة إلى نية الغش."[1]

خ-الخداع في هوية البضاعة

وهو تسليم غير البضاعة المتفق عليها أثناء إبرام العقد كأن يسلم المحترف المتعاقد معه كمية من الزبدة على أساس أنها من هولندا، وهي في الحقيقة من تونس.

ثانيا: الخداع في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

نصت عليه المادة 68 من القانون 09-03 السالف الذكر حددت النطاق الذي ينصب عليه السلوك الجرمي لجريمة الخداع وهي:

أ-كمية المنتوجات المسلمة

الخداع ينصب على الكمية المسلمة للمستهلك وهي نفس الحالة التي كانت في نص المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري.أما فيما يخص:

ب-تسليم المنتوجات غير تلك المعينة مسبقا

يقوم المتدخل بتسليم منتوج غير الذي تم تعيينه مسبقا، سواء كان التعيين عن طريق الوسم والاتفاق أو ما شابه ذلك، بنية الخداع، وفي هذه تدخل جميع الصفات المعلقة بالمنتوج المعروض للاستهلاك، والشيء الملاحظ أن المشرع الجزائري بهذا النص سهل جميع الخداع المنصب على طبيعة المنتوج، والخصائص الجوهرية والصفات الداخلة في التركيب، ونسبة المقومات.

ج- قابلية استعمال المنتوج

ويقصد به أن المتدخل يقوم بخداع المستهلك حول قابلية استعمال المنتوج، كأن يوهمه أن هذا المنتوج قابل للاستعمال في غرض ما في حين أنه لا يتعلق أصلا بذلك الغرض.

ت- تاريخ أو مدة صلاحية المنتوج

المدة التي تكون السلعة قابلة للاستهلاك من يوم تصبح فيه هذه السلعة جاهزة للتعبئة، أو من تاريخ جنيها بالنسبة للمنتوجات الزراعية، وهنا المحترف يذكر تاريخ غير التاريخ الحقيقي للصنع التي أصبحت فيه السلعة جاهزة للتعبئة، وتمت هذه المدة إلى غاية التاريخ الأرجح على الجودة التي

---

[1]- أحمد محمد محمود خلف، **المرجع السابق**، ص 208-209.

للمستهلك حق انتظارها، ويجب أن لا تعتبر المادة بعد هذا التاريخ قابلة للبيع، إلا أن المحترف يزيف هذا التاريخ رغم علمه أنه غير حقيقي."[1]

ث- النتائج المنتظرة من المنتوج

الخداع كأن يدعي أن المنتوج هذا له فائدة معينة نظرا للخصائص الجوهرية أو المكونات التي تدخل في تركيب السلعة وهذا الإدعاء يكون بنية الخداع لأنه غير مطابق لحقيقة السلعة، ومثال هذه الحالة الخداع الذي يكون محله القيمة الغذائية من سلعة في الحقيقة أن قيمتها أقل بكثير.

ج- طرق استعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتوج

كما ألزم المحترف بذكر طريقة استعمال المنتوج، خاصة للمنتوجات المعقدة التي تنطوي على خطر الاستعمال الخاطئ، وأن يذكر الطريقة الصحيحة، وباللغة العربية، إما على الوسم أو بأية وسيلة مناسبة أخرى، وفي حالة عدم ذكرها، أو ذكر الطريقة غير الصحيحة للاستعمال بلغة غير العربية بنية خداعه يقوم عليه المسؤولية الجزائية.

وفرض على المحترف أن يحذر المستهلك من المخاطر التي قد تنطوي عليه هذه المنتوجات، واشترط أن يكون التحذير واضحا، وافيا، ظاهرا كاملا وباللغة العربية، وفي حالة الامتناع عن تنفيذ هذا الغرض القانوني تقوم عليه المسؤولية إذا تبث أن خطأه كان بنية الخداع."[2]

والمشرع الجزائري لم يعاقب على جريمة الخداع التامة فقط، بل عاقب أيضا على الشروع في جريمة الخداع بنص المادة 68 من القانون 09-03 المذكور سابقا، لأن جريمة الخداع هي جنحة والشروع في الجنح لا يعاقب عليه إلا بالنص صراحة ، وهذا تطبيقا لنص المادة 30 من قانون العقوبات الجزائري.

ولقد ساوى المشرع بين جريمة الخداع والشروع في جريمة الخداع، بنص المادة 68 من القانون 09-03 المذكور أعلاه تطبيقا لنص المادة 31 من قانون العقوبات التي تلزم أن لا يعاقب على المحاولة في الجنح إلا بنص .

كما شدد المشرع في العقوبة بنص المادة 69 من القانون 09-03 المذكور أعلاه في حالة أن جريمة الخداع الشروع فيها التي ارتكبت بواسطة الوزن أو الكيل أو بأدوات أخرى مزورة أو غير مطابقة أو بواسطة طرق ترمي إلى التغليط في عمليات التحليل أو المقدار أو الوزن أو الكيل أو التغيير عن طريق الغش تركيب أو وزن أو الحجم المنتوج، أو بواسطة إشارات أو ادعاءات تدليسية، أو بواسطة كتيبات أو منشورات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات أو بطاقات أو أية تعليمات أخرى." [3]

ثانيا: الركن المادي للجريمة

[1]- المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 05-484 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها.

[2]- أحمد محمد محمود خلف، **المرجع السابق**، ص 173.

[3]- أحمد محمد محمود خلف، **المرجع السابق**، ص174.

في جريمة خداع المتعاقد يتطلب القانون للعقاب عليها قيا نوع خاص من التدليس، ويشكل الفعل المادي للجريمة، ويقع الخداع بكل سلوك يقوم به الجاني بكافة الوسائل حيث لم يشترط المشرع الجزائري وسيلة معينة من خلال المادة 68 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، التي تجرم فعل الخداع: "...كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك ..." والمهم أن تؤدي الوسيلة إلى الإيقاع بالمستهلك معه في غلط حول البيانات المتعلقة بالمنتجات هذه البيانات قد تكون محددة مسبقا بنصوص تنظيمية متعلقة بالمواصفات القياسية الواجب توافرها والسارية المفعول والمطبقة على المنتجات."[1]

أو عن طريق الاتفاق أو العرف السائد، ومن كل هذا يمكن أن يلجأ المخادع إلى الكذب، أو الكتمان، أو استعمال طرق احتيالية، القيام بعمليات تغليط في المقادير أو الوزن، أو استعمال أسماء وصفات كاذبة مما يترتب على المساءلة الجنائية."[2]

ثالثا: الركن المعنوي للجريمة

جريمة الخداع من الجرائم العمدية التي يشترط لتوافر أركانها القصد الجنائي لدى المتهم وهو القصد الجنائي العام بعنصرية العلم والإرادة وقد ساير المشرع الجزائري القانون الفرنسي في ذلك:

يجب أن يعلم أن استعمال هذه الطرق يؤدي إلى خداع المتعاقد، وان نتحه أرادته إلى ذلك وأن القانون يعاقب عليه، كما انه لا يعاقب على الجهل أو الغلط الذي يقع فيه البائع أو التاجر تجاه المتعاقد معه.

والخداع من الجرائم العمدية لهذا فالإهمال حتى ولو كان جسيما لا يعادل الخداع لأن الإهمال صورة من صور الخطأ غير العمدي، ولا نعتبره مخادعا إلا من كان سيء النية أما إذا كان يعتقد الخطأ توافر صفة معينة في البضاعة ليحصل على ثمن أعلى من قيمتها الحقيقية لا يقوم الخداع لأن الغلط يستبعد التدليس.

والغلط الذي ينفي القصد الجنائي هو الغلط في الواقع وليس الغلط في القانون، فعندما يرتكب المتهم فعلا معتقدا أن القانون لا يعاقب عليه، فهذا النوع من الغلط لا يستبعد المسؤولية الجنائية ويمكن أن ينشأ ذلك الغلط أيضا نتيجة الجهل بالقوانين قليلة الانتشار أو كثرة القرارات واللوائح أو من تسامح الإدارة. فهذا الجهل التسامح لا يولد حقا معينا للمتهم ولا ينفي القصد الجنائي رغم ذلك." [3]

الفرع الثاني: جريمة الإشهار غير المشروع

---

[1] - Didier ferrier, la protection de consommateus, Dalloz, 1996, P 33.

[2]– عبد الحق ماني ،**المرجع السابق**، ص 203.

[3]– أحمد محمد محمود علي خلف، **المرجع السابق**، ص 212.

هو كل إعلان بطرق تمس بنزاهة المعاملات التجارية، مما ينجم عنه ضرر يمس بالحياة الاقتصادية داخل الدولة، والذي ينعكس سلبا على المستهلك نتيجة الإشهار الصادر عن المحترف أو العون الاقتصادي الغير نزيه،مما يدفع بالمستهلك إلى الوقوع في اللبس والغلط.

وجرم المشرع الجزائري من خلال المادة28 من القانون 04 -02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ومنه أركانه هي الآتية:

أولا: الركن الشرعي للجريمة

في قضية الحال كان المشرع الجزائري يعاقب على هذه الجريمة بموجب المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري، وكيفه على انه جريمة نصب.

أما في قانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، لم ينص عليه المشرع، واكتفى بعده بتعريف الإشهار في المرسوم التنفيذي 90-39 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش ولم ينظمه قانون الإعلام الصادر في 1990،حيث بنص المادة 100 منه استثنى الإشهار التجاري من التطبيق،ورغم النص عليه في المرسوم التنفيذي رقم 92-286 المتعلق بالإعلام الطبي والعلمي بالمنتجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري، فنظم فقط الإشهار المتعلق بالمواد الصيدلانية والطبية ولم يوضح الجزاء المطبق في حالة مخالفة هذا التنظيم.

وبصدور القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية جرم الإشهار التجاري غير المشروع بنص المادة 28 منه بقولها: "دون الإخلال بالاحكام التشريعية والتنظيمية المطبقة في هذا الميدان، يعتبر إشهارا غير شرعي وممنوعا كل إشهار تضليلي لاسيما إذا كان: 1....2 .....3"وبين صور الإشهار غير المشروع ورتب عليه الجزاء الجنائي." [1]"

وسواء كان الإشهار مضللا أو كاذبا تقوم جريمة الأشهار غير المشروع إذا اكتمل توافر ركنيها المادي والمعنوي.

ثانيا: الركن المادي للجريمة

في قضية الحال أي سلوك من شأنه أن يؤدي بالمستهلك إلى الوقوع في التضليل أو الغلط، سواء عن طريق فعل إيجابي يظهر في الرسالة الاشهارية بالسلعة بوجه مغاير لما هي عليه في الحقيقة مما يؤدي إلى تضليل المستهلك أو التباس أو غلط." [2] " أو فعل سلبي، وذلك باتخاذ المعلن موقفا سلبيا، يمنع فيه عن ذكر بيانات ما عن سلعة أو خدمة محل الإشهار.

---

[1] – المادة 28 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

الفرق بين الإشهار الكاذب والإشهار المضلل، أن هذا الأخير لا يتضمن أية بيانات كاذبة، ولكنه يصاغ في عبارات تؤدي إلى التضليل والخداع، فالمعلومات الواردة به غير كاذبة بطبيعتها، ولكن الدليل الذي استخدم في صحته دليل مزيف، والخداع في الإعلان الكاذب يكون أكثر وضوح، ومنه الإشهار المضلل يشمل كافة صور الإشهار الكاذب.

[2] – عمر عبد الباقي، **المرجع السابق**، ص 127-128.

ولا يشترط أن يكون قد وقع فعلا بل يجرم الإشهار إذا كان ما ورد في شأنه أن يوقع المتلقي في الغلط في المستقبل، فالنظر إلى الرسالة الإشهارية يشمل الحاضر والمستقبل معا." [1]

وهذا ما أخذ به المشرع الجزائري في نص المادة 28 من القانون 04-02 المذكور سابقا حيث أورد المصطلح في الفقرتين 02-03 من نص المادة 28: "... يمكن أن يؤدي إلى التضليل "، " ...يمكن إلى الالتباس ..." وهو ما أخذ به المشرع المصري كذلك ولقيام الركن المادي في جريمة الإشهار غير الشرعي يجب توافر شروط أساسية وهي:

- أن يكون هناك إشهار

يلزم أن يكون هناك إشهار بوصفه رسالة موجهة إلى الجمهور ولا يهم إذا وقع الإشهار بطريقة التضليل الإيجابي أو السلبي. كما لا يهم محل الإشهار إذا كان منقولا أو عقارا، أو أداء خدمة ولكن لابد أن تكون موجهة للجمهور من أجل البحث عن إبرام عقود في المستقبل وهو المعيار الذي وضع لتحديد ما إن كنا بصدد إشهار أو لا ؟

أما إذا كان الإشهار لا يقدم أي معلومات متعلقة بمحل الإشهار فإننا لا نكون بصدد إشهار تجاري، ومنه تنتفي الجريمة لانتفاء ركن المادي." [2]

- أن يكون الإشهار كاذبا أو مضللا

فوصف الإشهار بالكذب والتضليل، يعد أهم عنصر في الجريمة ويسهل الكشف عنه في مجال الإشهار المكتوب، ويعتبر الإشهار كاذبا ومضللا إذا كان يؤدي بطبيعة الحال إلى الغلط.

ومنه أي إعلان غير مطابق للحقيقة يخضع للمسؤولية الجنائية ويحضى في تقدير ذلك للقاضي، الذي يكون له الاستعانة بذوي الخبرة في تقدير الطبيعة المضللة للإشهار، مما يثبت عدم شرعية الإشهار، ويقع على عاتق المعلن إثبات صحة البيانات والتصريحات أو التشكيلات الواردة في رسائله الإشهارية.

- أن ينصب على إحدى العناصر الواردة بنصوص القانون

أخذ المشرع الجزائري في نص المادة 28 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية العناصر التي ينصب عليها غير المشروع في الفقرات الثلاث الأخيرة ومنه يتطلب لقيام المسؤولية الجنائية يجب أن يقع على إحدى العناصر الواردة في المادة المذكور أعلاه بتجريم الإشهار. "[3]

أما ما يمكن ملاحظته أن المشرع الجزائري لم يبين الوقت الذي يعتد فيه الإشهار غير المشروع فهل يعتد به في وقت صدوره أم وقت وصوله إلى علم جمهور المتلقين ؟.

---

[1]- أحمد السعيد الزرقد، **المرجع السابق**، ص 60- 61.

[2]- حماد مصطفى عزب ،**المنافسة غير المشروعة في مجال الإعلانات التجارية** ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2004، ص 27 .

[3]- **نفسه**، ص ص 28- 29.

ثالثا- الركن المعنوي للجريمة

في قضية الحال وحسب المادة 28 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، لم يورد المشرع الجزائري أي عبارة على اشتراط المشرع للنية في ارتكاب الجريمة، وسكوت المشرع الجزائري على القصد الخاص يعتبر دليل على نيته في اعتبارها جريمة مادية.

ومنه الإشهار إذا كان ينطوي على تضليل أو كذب فقط حالف به نص المادة 28 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية مما يشكل جريمة قائمة ،يستوجب تطبيق الجزاء الجنائي حتى ولو لم تذكر النية."[1]"

كما اشترط المشرع الجزائري وقوع النتيجة، فالاحتمال وقوع النتيجة يؤدي على قيام الجريمة في ذمة الجاني، ومنه فتعتبر جريمة الإشهار غير المشروع من الجرائم الشكلية، فهي جرائم السلوك المجرد وتتميز بخلوها من النتيجة الإجرامية، ويتكون الركن المادي فيها من السلوك الإجرامي فقط ويطلق عليها جرائم الخطر، لأن السلوك الإجرامي يعرض المصلحة المحمية للخطر دون أن يضر بها، وحسنا فعل المشرع بتكييف هذه الجريمة من الجرائم الشكلية، لكي يمكن من وقاية المستهلك من الإشهار المضلل."[2]"

المبحث الثاني: المسؤولية الجنائية في مجال حماية حق المستهلك في الإعلام

المسؤولية الجنائية من أهم الموضوعات التي تمس بشكل مباشر فلسفة القانون والفقه الجنائي، فهو يعتبر بوجه عام المحور الأساسي الذي يدور حوله الفلسفة الجنائية ."[3] "

فالمسؤولية الجنائية بشكل عام تحمل الشخص تبعة عمله وعقابه على أساسه، ولكي يسأل أي شخص جنائيا عن جريمة ارتكبها فلابد أن يكون أهلا لتحمل المسؤولية الجنائية بشرطيها الإدراك أو التمييز ، وحرية الإرادة أو الاختيار" [4] "،ولذلك سنتناول في المطلب الأول من هذا المبحث تعريف واركان المسؤولية الجنائية في حماية حق المستهلك في الإعلام في المطلب الثاني المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي والمسؤولية عن فعل الغير

---

[1]- علي بولحية بن بوخميس، **المرجع السابق**، ص 89.

[2]- أحمد محمد محمود علي خلف، **المرجع السابق**، ص 286.

[3]- رامي يوسف محمد ناصر، **المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي عن الجرائم الاقتصادية**، مذكرة ماجستير، جامعة الناجح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2010، ص 1.

[4]-أحمد محمد محمود خلف، **المرجع السابق**، ص 414.

تقوم مسؤولية المحترف جزائيا بمجرد ثبوت اقترافه لبعض الجرائم المنصوص عليها في قانون العقوبات أو متى أحالت إليه بعض النصوص الخاصة.

المطلب الأول: مفهوم المسؤولية الجنائية

سنتناول في هذه المطلب تعريف المسؤولية الجنائية مع ذكر أركانها كما نتطرق إلى الجزاء المطبق في مجال حماية حق المستهلك في الإعلام

الفرع الأول: تعريف المسؤولية الجنائية

أولا: التعريف

تعرف المسؤولية الجنائية بأنها الالتزام بتحمل الآثار القانونية المترتبة على توافر أكان الجريمة، وموضوع هذا الالتزام هو فرض عقوبة أو تدبير احترازي ، حددها المشرع في حالة قيام مسؤولية أي شخص."[1]"

مايستنتج من هذا التعريف أن المسؤولية ليست ركنا من أركان الجريمة ولا تدخل في تكوينها القانوني، وإنما هي الأثر المترتب عن تحقيق كل عناصر الجريمة والذي يجعل ثبوت هذه الأخيرة إلى خضوع الجاني للجزاء الذي يقرره القانون ، وذلك بموجب حكم قضائي .

ونظرا لأن إطار المسؤولية الجنائية للمحترف في أغلب قوانين المنظمة للممارسا ت التجارية وكذا حماية المستهلك حافظت على الطابع الجزائي لبعض الأعمال غير شرعية باستثناء قانون المنافسة الذي جعل أغلب العقوبات الصادرة منه عقوبات مالية وذلك حفاظا على النظام العام الاقتصادي بعدما كان يعترف بالعقوبات الجزائية في ظل الأمر 95-06 الملغى."[2]"

ثانيا: أركان المسؤولية الجنائية

يشترط القانون لقيام المسؤولية الجنائية أن تتوفر الأركان التي تم ذكرها في الجرائم سابقا ولكن وبإختصار شديد وللتذكير بها نعرج عليها في النقاط التالية:

1- الركن المادي

هو وقوع فعل من الأفعال المخالفة للقانون يمس بمصالح المجتمع أو الأفراد .

2- الركن الشرعي

ويقصد به عدم مشروعية الفعل أي انه منصوص ومعاقب عليه قانونا .

3- الركن المعنوي

[1] -Gaston Stefanie, Levasseur georges, droit pénal général et procédure pénal, tome 1, édition Dalloz 1973, p276.

[2] -تنص المادة 15 من خلال الأمل 95-06 الملغى أنه: "يحيل مجلس المنافسة الدعوى وكيل الجمهورية، المختص إقليميا قصد.

هو اتجاه إرادة الجاني إلى هدف غير شرعي مع علمه بذلك ويجب أن يكون سابقا أو معاصرا للركن المادي."[1]

الفرع الثاني: جزاء المسؤولية الجنائية في مجال حماية المستهلك

لقد نص المشرع على عقوبات جزائية تقع على عاتق البائع في حالة عش المواد والسلع أو التدليس أو استعمال مكاييل خاطئة أو حيازة سلع مغشوشة ، وهذا بموجب نصوص قانون العقوبات، ويمكن حصر هذه النصوص في المواد 288 و 289 و 429 و 403 و 431 و 432 و 433 و 435 تحت عنوان الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية ، وهنا تبدو أهمية تشديد التزامات المحترف كما سبق الإشارة من خلال ضرورة وسم السلع وتغليفها بما يعود بالنفع على المستهلك وعدم الإضرار به.

إذن قانون العقوبات يجرم كل فعل يقوم به المحترف من غش أو تدليس يصاب به المستهلك ، وللمحكمة صلاحية النظر في جميع الدعاوى الناشئة عن أعمال وأفعال يعتبرها القانون جريمة أيا كان الشخص الذي ارتكبها ، ولها دور فعال ومهم في الفصل في المخالفات التي تعرض عليها من طرف وكيل الجمهورية أو تحال عليها من طرف قاضي التحقيق أو غرفة الإتهام بحسب طبيعة المخالفة ونوع الفعل الإجرامي."[2]

ويمكن إثارة المسؤولية للمحترف متى ثبت أي تقصير منه أدى إلى مرض غير قابل للشفاء، أو فقدان عضو أو الإصابة بعاهة مستديمة وهذا بموجب المادة 83 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش. أما إذا كان تدخل المحترف يرمي من وراءه إلى عرقلة مهما الرقابة المنصوص عليها في المادة 25 من القانون السالف الذكر فإنه يعاقب جزائيا طبقا لأحكام المادة 433 من قانون العقوبات الجزائري هذا وإن لم تشكل المنتوجات محل الرقابة أي ضرر بالمستهلك." [1]

ويجوز للسلطة القضائية مضاعفة الغرامات المنصوص عليها قانونا حسب المادة 36 من قانون العقوبات وكذا شطب السجل التجاري في حالة عود المحترف الذي ثبتت إدانته لأفعال من شأنها المساس بالمستهلك أو من شأنها أن تؤدي إلى ذلك ، كذلك بالإضافة إلى العقوبات الأصلية المتمثلة في الحبس أو السجن والغرامة على المسؤول جنائيا الذي ثبتت التهمة المنسوبة إليه، وتتمثل في مصادرة للمنتوج وإتلافه على نفقة المتدخل ، وإغلاق المؤسسة نهائيا وسحب الرخص المقدمة لمباشرة النشاط الإنتاجي لمنتوجات مغنينا، وفي غالب الأحيان تكون مثل هذه العقوبات صادرة من هيئات إدارية

[1]–على بولحية بن بوخميس، **المرجع السابق،** ص 82، 83

[2]– على بولحية بن بوخميس، **المرجع السابق،** ص 56.

مختصة في مجال مراقبة المنتوجات وكذا مكلفة بضبط النشاط الاقتصادي وتتم في شكل تدابير إدارية."[1]"

بالرجوع إلى الأسواق وبالنظر في طبيعة المنتوجات المقدمة للمستهلك، فإننا نلاحظ بكل وضوح مخالفة الأنظمة القانونية المنظمة في هذا المجال، حيث دون اللجوء إلى القضاء للبحث أن أهم المخالفات والجرائم التي ترتكب ويصاب منها المستهلك الجزائري فإننا نشاهد يوميا كيفية عرض السلع في الأسواق وهذا يغنينا عن كل تعليق، كلك حالات الغش التي أصبح التاجر الجزائري يتفنن بها، إذ أصبحت كل السبل مشروعة لتحقيق الربح خاصة في بعض الأوقات كالأعياد الوطنية والدينية والتي تتقن فيها عملية المضاربة، كما أن الغش في هذه الحالة أصبحت له عدة صور منها الغش في طبيعة السلعة، والغش في مكونات البضاعة، والغش في الخصائص الجوهرية للبضاعة، والغش بتغيير مصدر السلعة، الأمر الذي لابد من التصدي له بكل الوسائل قصد حماية المستهلك الذي أصبح مستهدفا أكثر بهذه الممارسات غير النزيهة.

تبقى العقوبات الجنائية من أهم الموضوعات التي يجب إعادة النظر فيها قصد الاستجابة لأغراض الحماية التي تقررها أغلب الدول في محاربة الجرائم المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام." [2]"

فحماية المستهلك نظرا للتغير والتطور السريع الذي يعرفه هذا المجال تبقى للجهات القضائية السلطة المخول لها كل صلاحيات توقيع العقوبات سواء كانت جزائية أو إدارية ومدنية ولها الفضل في الدعاوى المرفوعة لديها كانت طرق المستهلك أو الجمعيات التي تمثلها الهيئات الإدارية المكلفة بقضايا الاستهلاك والمنافسة.

المطلب الثاني: المسؤولية الجنائية لأشخاص في مجال حماية حق المستهلك في الإعلام

إن التقدم الحضاري للمجتمعات الإنسانية في العصر الحديث استلزم تكافل جهود وتجمع الأموال لإقامة المنشآت الضخمة في شكل مؤسسات اقتصادية كبرى ، تدخل الحياة القانونية للمجتمع تارة كأطراف سلبية عليها التزامات ، والتي لا يتسنى لها ممارستها إلا إذا كانت لكل منها شخصية قانونية مستقلة عن الشخصية القانونية للأفراد المكونين لها، (Les personnes morales) وهذا ما يطلق عليه اسم الأشخاص الاعتبارية أو المعنوية ويقصد بهذا المصطلح أن هذه الأخيرة تكتسب الشخصية القانونية حماية لها بنصوص القانون، فالقانون هو مصدر وجودها وقيامها.

ولذلك سنتناول من خلال هذا المطلب في فرعه الأول المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي في التشريع المقارن أما الفرع الثاني تناولنا فيه المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي في التشريع الجزائري.

[1]-مضمون المادة 23 من المرسوم التنفيذي، 90-39.

[2] -زوبير أرزقي، **حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة**، رسالة ماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص 203.

الفرع الأول: المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي في التشريع المقارن

اختلفت التشريعات المقارنة بالأخذ بالمسؤولية الجنائية للشخص المعنوي فمنها من أنكرها ومنهم من أقر بها قانون العقوبات.

اولا: حجج التشريعات المنكرة للمسؤولية الجنائية للشخص المعنوي

– إن الشخص المعنوي ماهر إلا وهم ، مجرد من كل إرادة وشخصية ومن كل استقلال ، فهو محض افتراض قانوني لا يمكنه ارتكاب جريمة ولا يمكنه نسب الخطأ إليه .

– إن المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي تناقض مبدأ التخصص ، فإذا كان القانون يعترف للشخص المعنوي ، بالأهلية القانونية ، فإن هذه الأهلية تتجدد بالأغراض التي أنشأ الشخص المعنوي من أجلها والتي تتوضح في وثيقة إنشاءه ولا يعقل أن يتسع نطاق هذه الأغراض لارتكاب الجرائم خارج عن نطاقه ووجوده. "[1] "

– إن القول بمسؤولية الشخص المعنوي يتعارض مع مبدأ شخصية العقوبة ، ذلك أن قبول إنشاءه مسؤولية شركة ينطوي على قبول معاقبة الأبرياء بطريق غير مباشر ، إذ يترتب على القول بمسؤولية الشخص المعنوي أن تطال العقوب كل المساهمين في إنشاءه على الرغم من بعدهم عن الجريمة .

– إن العقوبات التي نص عليها القانون وحدت لتطبيق على الشخص الطبيعي ولا يمكن تطبيقها على الشخص المعنوي كما أن العقوبات الجنائية أهدافا في الإصلاح والردع ، والعقوبة في جوهرها ألم يصيب من توقع عليه هو مالا يمكن توافره للشخص المعنوي.

– فملخص المذكرين للمسؤولية الأشخاص المعنوية انتقادا لما سبق ذكره إلى القول بعدم مسؤولية الشخص المعنوي الجزائية عن الجرائم التي تقع من تابعيه إلا أن هذه التحفظات لم تصمد طويلا أمام حجج المؤيدين لمبدأ مساءلة الشخص المعنوي جزائيا وهو ما تطرقنا إليه في المطلب التالي ذكره .

ثانيا: حجج التشريعات المؤيدة للمسؤولية الجنائية للشخص المعنوي

– إن الشخص المعنوي ليس مجرد خيال ، ولكنه حقيقة ، وكائن له وجدوه الحقيقي ، وليس افتراضيا وذلك بسبب المصالح التي يسعى عن أصحابها ، صحيح أنه ليس كائنا في عالم الآدمين، ولكنه كائن في عالم القانون له وجوده وذمته المالية ، كما أن له إرادة مستقلة عن إرادة كل فرد فيه ، فإرادته هي خلاصة والتعليمات التي ينفذه القائمون بإرادة أعماله.

كما أنه لا مجال للحجة القائلة أن الجريمة تخرج عن الغاية التي خصص لها الشخص المعنوي، فتخصيص الشخص المعنوي لأداء هدف معين لا يرسم حدود الوجود القانوني له ، ومن ثم لا ينفي عنه إمكانية إسناد الجريمة إليه فكما أن الإنسان العادي لا يوجد من أجل اقتراف الجرائم أن ليست الغاية من

[1]– رنا إبراهيم سليمان العطور، **المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي**، مجلة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 22، العدد2، 2006، منشورة على: www.damasuniv.sherm.net/arabic

حياته ارتكابها فالجريمة خروج عما يجب أن يكون عليه حياته ، كذلك فإن الشخص المعنوي ليس غاية وجوده ارتكاب الجرائم ، إلا أنه من الممكن أن يرتكبها من المعروف أن الشخص المعنوي يكافأ على أعماله الجيدة فمن العدالة إذا لم يحاسب على أعماله السيئة التي يقترفها ."[1] "

– لا يستقيم القول : أن العقوبات لا تطبق على الشخص المعنوي فالجزاءات يمكن أن تطبق عليه، ولكن بما يتلاءم مع طبيعته ، كحل الشخص المعنوي ومراقبته أو إغلاقه أو تضييق نطاق عمله بالإضافة إلى الغرامة والمصادرة ،كما أن أغراض العقوبة في الردع والإصلاح ليست مستبعدة تماما ، لأن توقيعها على الشخص المعنوي يؤثر في نشاطه مما يدفع القائمين على إرادته إلى عدم مخالفة القانون مرة أخرى .

أما القول أن العقوبات تصيب جميع المساهمين ، وفي هذا خروج على مبدأ شخصية العقوبة فمع أنه صحيح نوعا ما إلا أن ذلك له ما يماثله في نطاق الأشخاص الطبيعيين ،أليس في تطبيق العقوبة على الأب ما يجعلها تأتي بآثار سيئة على جميع أفراد العائلة ؟

ثم إن تطبيق الجزاء على الشخص هو من الأمور الضرورية على الحيطة والحذر في تصرفاته.

لكل هذه الأسباب وغيرها ذهب جانب كبير من التشريعات الحديثة إلى الاعتراف بالمسؤولية الجزائية للشخص المعنوي هذا إلى جانب مسؤولية الشخص الطبيعي ممثل الشخص المعنوي أو أحد العاملين فيه إذا توافرت أركان الجريمة بالنسبة له شخصيا .

الفرع الثاني: المسؤولية الجنائية عن فعل الغير

وجدت هذه الفكرة صدا لها في نطاق الجرائم الإقتصادية، لأن المسألة الإقتصادية وتنظيماتها من المسائل المهمة في الدولة، لدفع القائم بالإشراف والرقابة على المؤسسات الإقتصادية، إلى التصرف بمسؤولية، لأنه سيكون مسؤولا عن أفعال من لايحسن اختيارهم أو يهمل مراقبتهم،والإتجاه القضائي منذ مدة يعتبر أصحاب العمل والمديرين مسؤولون شخصيا عن الجرائم الإقتصادية التي ترتكب في مشروعهم، وعليهم يقع ضمان تنفيذ القوانين والأنظمة واللوائح، حتى ولو جهلوا المخالفة التي يرتكبها تابعوهم."[2]"

ومنه يقصد بالمسؤولية عن عمل الغير، تلك المسؤولية التي لا يتحمل تبعاتها الفاعل الأصلي الذي سبب بخطئه ضررا للغير، إنما يتحمل نتائجها شخص آخر يكون مسؤولا عن الشخص الذي قام بالفعل الضار.

وبمراجعة النصوص القانونية الإجرائية المتعلقة بالجرائم الإقتصادية تكتشف من خلالها أن المشرع الجزائري يذهب في بعض الأحيان إلى إمكان الأخذ بما يسمى **(المسؤولية عن فعل الغير).**

[1]– رنا إبراهيم سليمان العطور، **المرجع السابق.** منشورة على: www.damasuniv.sherm.net/arabic

[2]– غسان رباح، **قانون حماية المستهلك الجديد،** منشورات زين الحقوقية والأدبية، بيروت، 2006، ص 69.

في المادة 51 مكرر التي تقرر مسؤولية الشخص الطبيعي لاتمنع الشخص الطبيعي كفاعل اصلي أو كشريك في نفس الفعال اي لاتمنع المسؤولية الجنائية لمالك المؤسسة والمدير المستخدم الذي يعمل تحت إدارته مع الفاعل الأصلي في الجريمة المرتكبة بالمخالفة لأحكام هذا المرسوم.فالامر تعلق بأشخاص لم يرتكبوا الجريمة ومع ذلك يعاقبون بذات العقوبة التي يتقاضاها الفاعل، ولاتعني المسؤلية عن فعل الغير إزدواج في المسؤولية أو تعداها عن الفعل الواحد سواء كان فاعلا أو مالكا أو شريكا، ويبرز الأخذ بهذا النوع من المسؤولية الرغبة في تضييق فرصة إفلات الكثير من نطاق العقاب رغم أن دورهم يكون ضالعا ورئيسيا في إرتكاب هذه الجرائم.

ويلتقي ذلك مع توصية المؤتمر الدولي السادس لقانون العقوبات بروما وتنص على أن "عقاب الجرائم الإقتصادية – يقضي بعض المرونة في فكرة الفاعل وأشكال المساهمة الجنائية...." [1]

ومع ذلك فإن جانب من الفقه يبدي ارتياحه للأحكام السابقة نظرا لأن المسؤولية عن فعل الغير هي نوع غريب من المسؤولية في المجال الجنائي الذي لاينبغي أن يعرف أو يعترف بغير المسؤولية الشخصية، وكان الأحرىبالمشرع أن يعتبر المالك أو المدير مرتكبا لجريمة مستقلة أو متميزة عن جريمة الفاعل قوامها العقود عن القيام بواجب الرقابة سواء حصل ذلك عمدا أو بأهمال إذا ترتب عليه وقوع الجريمة من إحدى التابعين . ولعل هذا ماذهب إليه على نحو ما قانون العقوبات الجزائري إذ أن هذا النوع من المسؤولية لايقوم وفق أحكامه إلا إذا كان هناك تقصير في الرقابة من جانب المسؤول عنها.

وبالرغم من أن هذه المسئولية ليس لها محل فى نطاق القانون الجنائى كما ذكر سابقا ، إذ لا يعرف هذا القانون إلا المسئولية الشخصية الخالصة ، ولا يتصور أن يتهم شخص أو أن يقضى بإدانته فى جريمة ليس فاعلاً فيها أو شريكاً. ففكرة المسئولية عن عمل الغير هى فكرة غريبة عن القانون الجنائى. وقد حرص الشارع الفرنسى فى قانون على أن ينص على هذا المبدأ صراحة.

المبحث الثالث:العقوبات المطبقة على الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام

هناك نوعين من الجزاء ات أولها وهذا ما سنركز عليه وهو الجزاء الجنائي الصادر عن الجهات القضائية المختصة أما النوع الثاني هو الجزاء الصادر عن الجهات الإدارية المختصة وهو مايعرف بالجزاء الإداري ، ويعتبر من التدابير التحفظية بالنظر في الجريمة، ولذا نأتي على تحديد الجزاء الجنائي للجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام (في الفرع الأ ول)، الجزاء الإداري لقمع الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام في (الفرع الثاني).

المطلب الأول: العقوبات الجنائية المطبقةعلى الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام

[1]– غسان رباح، **المرجع نفسه**، ص 72 .

انتهاك حق المستهلك في الإعلام، قد يكون على عدة أوصاف كما تم تبيانه، ولهذا لقد رصدت له المشرع الجزائري عقوبات متنوعة، كلا حسب درجة وخطورة الجريمة.

إلا أن في الجرائم المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام قليلا ما يقر عقوبة الحبس، وعندما يفعل يجعل الحبس عقوبة اختيارية مع الغرامة، "1" وهذا ما ذهب إليه المشرع الجزائري في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والقانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، أو في قانون العقوبات الجزائري

ولم يكتف المشرع الجزائري بالعقوبات الأصلية، فقد نص على بعض العقوبات التكميلية سواء تلك الصادرة عن الجهات القضائية، فسنتولى بالدراسة في هذا المطلب إلى تحديد الجزاء المطبق على المخالف، وذلك عن طريق تحديد العقوبات الأصلية، العقوبات التكميلية.

الفرع الأول: العقوبات الأصلية

في هذه الجزئية من المذكرة سوف تبيان العقوبات الأصلية التي طبقها المشرع الجزائري.
الجرائم المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام في التشريع الجزائري لم يختص بها قانون واحد، ولذا نجدها موزعة في عدة قوانين، فمنها ما يتعلق بالقانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والقانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وقانون العقوبات الجزائري، لذا يقتضي منا تحديد الجزاء حسب القانون المختص بها.

أولا: جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم

نص المشرع الجزائري على عقوبة جنحة مخالفة النظام القانوني لوسم بالمادة 78 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش:" يعاقب بغرامة من مائة ألف دينار(100.000 دج) إلى مليون(1.000.000 دج) كل من يخالف إلزامية وسم المنتوج المنصوص عليه في المادتين 17 و 18 من هذا القانون، "2" ومنه من قام بمخالفة النظام القانوني للوسم في أي صورة من صور المخالفة يتعرض لغرامة جزائية من 100.000 دج إلى 1.000.000 دج.

المشرع الجزائري لم ينص على عقوبة العود في القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، إلا أنه تدارك هذا في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ونص على حالة العود وشدد من العقوبة في حالة أن مرتكب جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم كان في حالة العود بنص المادة 85 من القانون المذكور أعلاه وضاعف من الغرامة،

[1] – محمود محمود مصطفى، **الجرائم الاقتصادية في القانون المقارن(الأحكام العامة والإجراءات الجنائية)**، الجزء الأول، الطبعة الثانية، مطبعة جامعة القاهرة والكتاب الجامعي، القاهرة، 1989، ص 155.

[2] – المادة 78 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

-تقدير العقوبة: المشرع الجزائري أخذ بعقوبة الغرامة ورفع من قيمة حديها مما يحقق الردع الكافي للجريمة،"1" على غرار العقوبة التي كانت في القانون 89-02 الملغى فالغرامة كانت لا تحقق الردع الكافي، خاصة وقيمتها القليلة المقدرة من 100دج على 1000 دج مقارنة بقيمة الدينار.

ثانيا:جريمة عدم إعلام المستهلك بالأسعار

ويعد الإخلال بواجب الإعلام بالأسعار والتعريفات جنحة معاقب عليه بنص المادة 31 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، والعقوبة المقررة لهذه المخالفة هي الغرامة التي تتراوح بين خمسة آلاف (5000) دج إلى مئة ألف (100.000) دج. "2"

نص المشرع الجزائري على حالة العود بنص المادة 47 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية وبين متى يكون العون اقتصاديا في حالة العود بالفقرة 02 من المادة المذكورة أعلاه :" يعتبر في حالة العود في مفهوم هذا القانون كل عون اقتصادي يقوم بمخالفة أخرى رغم صدور عقوبة في حقه منذ أقل من سنة..."، وفي حالة العود تضاعف الغرامة المطبقة على الجريمة، بالإضافة إلى إمكانية لإضافة عقوبة الحبس من ثلاثة (03) أشهر إلى سنة (1) واحدة، وهي اختيارية للقاضي إن شاء حكم بالغرامة فقط، أو حكم بهما معا، وهنا سلطة تقديرية للقاضي طبقا للمادة 47 من قانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

قانون العقوبات الجزائري طبقا للمادة 54 مكرر 3 التي تنص:" إذا سبق الحكم نهائيا على شخص طبيعي من أجل جنحة، وارتكب خلال الخمس(5) سنوات التالية لقضاء العقوبة السابقة نفس الجنحة أو جنحة مماثلة بمفهوم قواعد العود، فإن الحد الأقصى لعقوبة الحبس والغرامة المقررة لهذه الجنحة يرفع وجوبا إلى الضعف"، من استقراء هذا النص إذا توافرت شروط العود والمتمثلة في صدور حكم نهائي سابق بالإدانة على الجاني، وارتكاب جريمة(جنحة) خلال سنوات 05 من انقضاء العقوبة فإن الحد الأقصى للعقوبة سواء كانت عقوبة سالبة للحرية أو عقوبة مالية فيرفع حدها الأقصى إلى الضعف، ورفع الحد الأقصى وجوبي.

وبالمقارنة بين أحكام العود في القانون 04-02 السالف الذكر وقانون العقوبات أن المشرع الجزائري طبق نفس الشروط العامة المتعلقة بالعقود في قانون العقوبات، أما الاختلاف فيكمن في الشروط الخاصة، من حيث المدة المطبقة على ارتكاب الجريمة الثانية ليكيف الجاني على أنه في حالة العود، فإن المشرع الجزائري قلص من المدة الزمنية التي تحكم العود ففي القانون 04-02 كانت قصيرة المدة (أقل من سنة) بالنظر إلى المدة المطبقة في قانون العقوبات(خمس سنوات)، وحبذ ا لو أن المشرع طبق على حالة العود في القانون 04-02 نفس المدة المطبقة في قانون العقوبات. أما من

[1] – نواورية محمد، **الغرامة الجزائية في قانون العقوبات الجزائري**، مذكرة ماجستير، قسم القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة باجي مختار، عنابة، السنة 2005، ص 39.

[2]– أحسن بوسقيعة، **الوجيز في القانون الجزائي الخاص (جرائم الفساد جرائم المال والأعمال جرائم التزوير)**، ج2، ط8، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص 252.

حيث تشديد العقوبة ففي القانون 04-02 رفع الغرامة بحديها الأقصى والأدنى إلى الضعف مما يحقق حماية أكثر من قانون العقوبات التي رفعت إلى الحد الأقصى.

- تقدير العقوبة: العقوبة الأصلية للجريمة هي الغرامة المحددة بحدها الأدنى 5000 دج وحدها الأعلى 100.000 دج، وحسنا فعل المشرع الجزائري بتطبيق العقوبة المالية دون اللجوء إلى العقوبة السالبة للحرية مما تحقق ردع اكبر لأنها من جنس، كما تعتبر اثر ه ردعا واقل ضررا من الناحية الاقتصادية،"1" لأن ارتكابها كان بدافع الربح ومنه الجزاء كان مناسبا لأنه مس الجاني في ذمته المالية."2"

إلا أن المحترفين قد تفطنوا لحيلة ومغزاها رفع السعر ليدخل فيه مقدار الغرامة المطبقة في حالة إثباتها من طرف الأعوان المؤهلين للرقابة، مما تجد أن الذي يقوم بدفع الغرامة بطريقة مباشرة هو المستهلك، كما أن قيمة 20.000 دج في الوقت الحالي لا تساوي شيئا بالنسبة للأعوان الاقتصاديين ذوي القدرة المالية الكبيرة.

ثالثا:جريمة عدم الإعلام بشروط البيع

عاقب المشرع الجزائري على جنحة عدم الإعلام بشروط البيع بنص المادة 32 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وعقوبتها هي الغرامة من عشرة آلاف (10.000) دج إلى مئة ألف (100.000) دج. "3" إلا أن المادة 05 من قانون العقوبات نصت على أن الغرامة في مواد الجنح تتجاوز 20.000 دج، أي الحد الأدنى هو 20.000 دج في حين الحد الأدنى في جريمة عدم الإعلام بشروط البيع هو 10.000 دج.

وفي حالة العود تطبق أحام المادة 47 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية من حيث العقوبة المقررة على ا لمحترف المخالف وهو في حالة العود، حيث تضاعف الغرامة المطبقة على الجريمة، بالإضافة إلى إمكانية لإضافة عقوبة الحبس من ثلاثة (03) أشهر إلى سنة (1) واحدة، وهي اختيارية للقاضي إن شاء حكم بالغرامة فقط، أو حكم بهما معا، وهنا سلطة تقديرية للقاضي طبقا للمادة 47 من قانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، كما تطبق عليه العقوبات التكميلية الآتية:

-تقدير العقوبة: العقوبة الأصلية للجريمة هي الغرامة المحددة بحدها الأدنى 10.000 دج وحدها الأعلى 100.000 دج، وحسنا فعل المشرع الجزائري بتطبيق العقوبة المالية دون اللجوء إلى العقوبة السالبة للحرية، لأن ارتكابها كان بدافع الربح والتنصل من الالتزامات التي كانت ستفرض

[1] – محمد محدة، **المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي**، مجلة المفكر، العدد الأول مارس 2006، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2006، ص 51.

[2] – نواورية محمد، **المرجع السابق**، ص 35 و 36.

[3] – المادة 32 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

عليه مما تؤدي به إلى الخسارة وبالتالي انتقاص من ذمته المالية، ومنه نوع الجزاء كان مناسبا لأنه مس الجاني في ذمته المالية.

رابعا: جريمة الإشهار غير المشروع

جريمة الإشهار غير المشروع تعتبر جنحة، وصنف المشرع الجزائري ضمن الممارسات التجارية غير النزيهة، في حين الجنح السابقة صنفت على أساس أنها تمس بشفافية الممارسات التجاري، وحبذ لو أن المشرع الجزائري أدرجه ضمن الباب المتعلق بشفافية الممارسات التجارية، ونص عليها في المادة 28 من نفس القانون.

والعقوبة المقررة لجريمة الإشهار غير المشروع بنص المادة 38 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية هي من خمسين ألف(50.000) دج إلى خمسة ملايين (5.000.000) دج. "1" وفي حالة العود كذلك تطبق أحكام المادة 47 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، والتي تم التطرق إليها في جريمة عدم الإعلام بالأسعار، وجريمة عدم الإعلام بشروط البيع.

-تقدير العقوبة: المشرع الجزائري رفع من قيمة الغرامة في جنحة الإشهار غير المشروع بحديها مقارنة بالجرائم السابقة الذكر(جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم، جريمة عدم الإعلام بالأسعار، جريمة عدم الإعلام بشروط البيع) والمتعلقة بحق المستهلك في الإعلام، حيث حدها الأدنى 50.000 دج وحدها الأعلى 5.000.000دج، إلا أن الفرق بين الحد الأدنى والحد الأعلى كبير جدا، حيث الحد الأعلى يفوق الحد الأدنى بمائة (100) مرة، وحبذ لو أن المشرع أخذ بالغرامة النسبية مقارنة بقيمة الإشهار مما يحقق عدالة أكثر، وردع أكبر خاصة للتجمعات التجارية ذات رؤوس الأموال الكبيرة.

خامسا: جريمة الخداع

نص المشرع الجزائري على العقوبات المطبقة على جنحة الخداع بنص المادة 68 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وأحال العقوبة المقررة لها على المادة 429 من قانون العقوبات، وهي الحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة مالية من 2000 إلى 20.000 دج ويجوز الحكم إما بعقوبة الحبس أو بعقوبة الغرامة لكل جاني ارتكب جريمة الخداع، كما قرر المشرع الجزائري نفس العقوبة على الشروع في جريمة الخداع. "2"

و في كل الأحوال و سواء كانت العقوبة، الحبس أو الغرامة المالية، أو كانت العقوبة الحبس و الغرامة المالية معا، فإنه على مرتكب الجريمة إذا حصل على ربح جراء خداعه أو محاولة خداعه فان هذا الربح أو هذه الأرباح هي أرباح غير مشروعة حصل عليها دون وجه حق و عليه بالتالي إعادتها (ردها).

---

[1]- المادة 38 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

[2]- المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري.

كما شدد المشرع الجزائري من جريمة الخداع بنص المادة 69 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، إذا تم خداع أو محاولة خداع المتعاقد باستعمال أية وسيلة من الوسائل المذكورة بنص المادة أعلاه. "1"

والعقوبة المقررة بنص المادة 69 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش هي الحبس إلى خمس (05) سنوات كحد أقصى والغرامة ترفع إلى 500.000دج.

مع ملاحظة أن هذه العقوبة هي نفسها العقوبة المدرجة في المادة 430 من قانون العقوبات بعد التعديل الذي جاء به القانون 06-23 على قانون العقوبات، حيث أن قبل التعديل لم يذكر المشرع الغرامة المالية و بالتالي كانت من ألفين دينار جزائري 2000 دج إلى عشرين ألف دينار جزائري 20.000 دج، و يبقى تقدير العقوبة لسلطة القاضي الجزائي في الحكم، فله أن يحكم بالحبس والغرامة المالية معا أو بإحداهما، إلا أن المشرع عدل المادة 430 من قانون العقوبات ورفع مدة الحبس إلى خمس سنوات وقيمة الغرامة إلى 500.000 دج.

أما في حالة العود المنصوص عليها بالمادة 85 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، فتضاعف الغرامة

قبل صدور القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، نص المشرع الجزائري على عقوبة الشخص المعنوي الشخص المعنوي في جريمة الخداع، بنص المادة 435 مكرر:" يكون الشخص المعنوي مسؤولا جزائيا عن الجرائم المعرفة في هذا الباب وذلك طبقا للشروط المنصوص عليها في المادة 51 مكرر من هذا القانون. "2"

تطبق على الشخص المعنوي عقوبة الغرامة، حسب الكيفيات المنصوص عليها في المادة 18 مكرر وفي المادة 18 مكرر 2 عند الاقتضاء. ويتعرض أيضا إلى واحدة أو أكثر من العقوبات التكميلية المنصوص عليها في المادة 18 مكرر، إلا أن المشرع الجزائري بعد صدور القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش لم ينص على عقوبة الشخص المعنوي.

-تقدير العقوبة: المشرع الجزائري جمع بين العقوبة السالبة للحرية المتمثلة في الحبس من (02) شهرين إلى ثلاث (03) سنوات والعقوبة المالية المحددة بحدها الأدنى 2.000 دج وحدها الأعلى 20.000 دج، إلا أن هذه العقوبة غير كافية خاصة عند قضاء القاضي بالغرامة لوحدها كعقوبة أصلية، وحبذ لو أن المشرع الجزائري أخذ بالغرامة ورفع من قيمتها، مما يحقق التناسب بين العقوبة والهدف من ارتكاب الجريمة من جهة. وتحقيق الردع الكافي للمحترف في حالة ارتكاب جريمة خداع من جهة أخرى، كما أن عدم النص على عقوبة الشخص المعنوي يضعف من الحماية المقررة للمستهلك خاصة أن الأشخاص المعنوية هي التي تحتل المركز الأكبر في السوق التجارية، واستحواذها

[1]- المادة 69 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

[2] – المادة 435 مكرر من قانون العقوبات الجزائري.

لرؤوس أموال مما لا يردعا قيمة الغرامة المطبقة، وحبذ لو أن المشرع الجزائري نص عليها وأحال عقوبتها على المادة 435 مكرر.

مما يلاحظ على صعيد العقوبات الأصلية أن المشرع الجزائري طبق عقوبات متباينة على الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام، وذلك حسب طبيعة الجريمة وجسامتها، وحبذا لو أن المشرع طبق عقوبة واحدة على جميع الجرائم الماسة بحق المستهلك في الإعلام والمنصوص عليها في قانون حماية المستهلك وقمع الغش ، تفاديا لعدم عدالة العقوبات وتحقيق الردع من جسامة الجريمة وكذا لو نص على إحالة العقوبة على القانون ذي الوصف الأشد.

الفرع الثاني: العقوبات التكميلية

المشرع الجزائري نص على عقوبات تكميلية فيما يتعلق بالجرائم الماسة بحق المستهلك في الإعلام، والمتمثلة في المصادرة الحجز ونشر الحكم، بالإضافة للعقوبات التكميلية التي نص عليها في حالة العود.

وفي هذا المجال من المبحث نركز على العقوبات التكميلية التي جاءت بها قوانين حماية المستهلك دون التطرق إلى جميع القوانين التي ليست لها صلة مباشرة بحماية المستهلك، وبالرجوع إلى هذه القوانين المتعلقة مباشرة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري.

كما نص المشرع الجزائري على عقوبات تكميلية تتمثل أساسا في المصادرة ونشر الحكم بالإدانة.

أولا:العقوبات التكميلية المطبقة على جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم

بالرجوع إلى القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، نجد المشرع الجزائري حدد عقوبات تكميلية، ومن بينها ما يتعلق بجريمة مخالفة النظام القانوني للوسم وهي المصادرة، الشطب من السجل التجاري. وبهذا المشرع أسقط العقوبات التكميلية الأخرى التي كان منصوص عليها في القانون 89-02 الملغى بالقانون المذكور أعلاه وهي الغلق النهائي للمؤسسة، إلغاء الرخص والشهادات والشطب من قائمة الحرفي.

ثانيا: المصادرة في جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم

يقصد بالمصادرة هي نقل ملكية مال أو أكثر يمتلكه المحكوم عليه إلى الدولة، ومنه هي عقوبة ناقلة للملكية، جوهرها حلول الدولة محل المحكوم عليه في ملكية المال. "[1] وقد عرّف المشرع

[1] – نواورية محمد، **المرجع السابق**، ص 14.

الجزائري المصادرة بنص المادة 15 من قانون العقوبات الجزائري:" المصادرة هي الأيلولة النهائية إلى الدولة لمال أو مجموعة أموال معينة..." ،"1" والمصادرة التي توقع كعقوبة لا تكون إلا بحكم قضائي ، ومن ثم فإنها لا تكون بقرار إداري ولا لائحته، وإنما تكون بحكم قضائي صادر عن جهة قضائية مختصة،"2" والمصادرة نوعان فقد تكون المصادرة التي تنزل على الأشياء المحرمة وتعتبر مصادرتها من التدابير الاحترازية، وقد نصت عليها المادة 25 من قانون العقوبات الجزائري، وقد تكون عقوبة تكميلية وقد نص عليها في المادة 09 الفقرة 04 من القانون العقوبات الجزائري، والمصادرة التي تعنينا في هذا الجزء من البحث هي المصادرة الثانية. "3"

المصادرة في هذا المجال هي عقوبة تكميلية، وتأخذ جل التشريعات بالمصادرة الخاصة، وتبتعد عن هذه المصادرة الجزائري، والمصادرة تشمل الأموال محل الجريمة. "4" ومن هنا الأخذ بالمصادرة يكون في قوانين حماية المستهلك وجوبي، فالتشريعات المقارنة جلها أخذت بها.

والمشرع الجزائري نص صراحة علي المصادرة كعقوبة تكميلية في جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم بالمادة 82 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، في حالة مخافة النظام القانوني للوسم، ومحل المصادرة هي كل المنتوجات والأدوات وكل الوسائل المستعملة لارتكاب جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم. "5"

ثانيا:الشطب من السجل التجاري

العقوبات التكميلية التي أدرجها المشرع الجزائري في القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك في حالة ارتكاب جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم، هي سحب الرخص والسندات والوثائق الأخرى، وعند الاقتضاء الشطب من السجل التجاري أو بطاقة الحرفي، إلا أنه بعد صدور القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش أسقط جميع هذه العقوبات التكميلية إلا عقوبة الشطب من السجل التجاري في حالة أن مرتكب المخالفة كان في حالة العود، وهذا ما نصت عليه المادة 85 من القانون المذكور أعلاه بقولها:"... وفي حالة العود تضاعف الغرامات ويمكن للجهة القضائية إعلان شطب السجل التجاري للمخالف، وحبذ لو أن المشرع الجزائري أخذ بها دون أن يكون المتدخل في حالة العود.

ثالثا: العقوبات التكميلية في جريمة الإشهار غير المشروع

[1] - المادة 15 من قانون العقوبات الجزائري.

[2] محمد محدة، **المرجع السابق**، ص 56.

[3] - كالم حبيبة، **حماية المستهلك**، مذكرة ماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة الجزائر، 2005، ص115.

[4] - محمود محمود مصطفى، **المرجع السابق** ، ص 163 وما يليها.

[5] - المادة 82 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

نص المشرع في جريمة الإشهار غير المشروع على عقوبة المصادرة ونشر الحكم الصادر بالإدانة كعقوبتين تكميليتين.

1-المصادرة

كما نص المصادرة كعقوبة تكميلية بالمادة 44 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، فيما يتعلق بجنحة الإشهار التضليلي، فقد أجازت للقاضي الحكم بمصادرة السلعة المحجوزة في حالة ارتكاب المخالفة المتعلقة بالإشهار التضليلي، وهو أمر جوازي للقاضي يمكن أن يحكم به أو أن يستبعده.

إلا أنه في حالة الحكم بالمصادرة التي تكون على قيمة الأملاك المحجوزة بكاملها أو على جزء منها في حالة الحجز الاعتباري، أو على السلع، فيصبح مبلغ بيع السلع المحجوزة مكتسب ا للخزينة العامة، بعد الحكم الذي يكتسب قوة الشيء المقضي فيه. "[1]"

وإذا تعلق الأمر بسلع كانت محل حجز عيني، فتسلم هذه المواد إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم ببيعها وفق الشروط المنصوص عليهما في التشريع والتنظيم المعمول بهما، أما في حالة الحجز الاعتباري تكون المصادرة على قيمة الأملاك المحجوزة بكاملها أو على جزء منها، وفي حالة الحكم بالمصادرة من طرف القاضي يصبح مبلغ بيع السلعة المحجوزة مكتسبا تكتسبه الخزينة العمومية."[2]"

2- نشر الحكم الصادر بالإدانة

يعد نشر الحكم جزاء آخر يكمل الجزاء الأصلي، ويقصد به نشر حكم الإدانة بأكمله أو مستخرج منه فقط في جريدة أو أكثر تعينها المحكمة أو تعليقه في الأماكن التي يبينها الحكم على أن لا تتجاوز مدة التعليق شهر واحد، فهو يصيب المحكوم عليه في اعتباره لدى زبائنه الذين يعتمد عليهم في كسب عيشه وتنمية دخله، وليس أقسى عليه من أن يسمع عنه هؤلاء، أنه ليس محلا للثقة، والتشهير بالمحكوم عليه قد يكون أبلغ أثرا من العقوبة الأصلية التي قد يظل تنفيذها خافيا على الجمهور الذي يتعامل عادة مع المحكوم عليه ،"[3]" فمثلا العلم بصفة الخداع في ا لمحترف قد يكون له أثر في تقهقر عنصر الاتصال بالعملاء في المحل التجاري مما تعرضه للإفلاس.

ويكون ذلك على نفقة المحكوم عليه في حدود ما تحدده المحكمة لهذا الغرض من مصاريف، ولا يميز المشرع في نص المادة 18 مكررا من قانون العقوبات الجزائري بين الجناية والجنحة، إذ يجوز الحكم بها في كل الجرائم، غير أنه يشترط أن تكون هذه العقوبة مقررة بنص صريح في القانون.

---

[1] – أحسن بوسقيعة، **المرجع السابق**، ص 254.

[2] – المادة 44 الفقرات 2 و 3 و 4 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

[3] – محمود محمود مصطفى، **المرجع السابق**، ص 176.

وقد أخذ بها بالمادة 48 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ويطبق على كل الجرائم المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام والتي جاء بها القانون 04-02 المذكور أعلاه، ومنه تطبق عقوبة نشر الحكم في جريمة الإشهار غير المشروع.

ومدة شهر الحكم هي شهر واحد تطبيقا للمادة 18 من قانون العقوبات الجزائري، ويتم شهر الحكم بأكمله أو ملخص عنه بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها الحكم، وبعد التعديل بالقانون 06-23 أضيفت فقرة إلى المادة 18 وتختص بتجريم الاعتداء على الحكم المنشور أو المخلص، وذلك عن طريق إتلاف أو إخفاء أو تمزيق المعلقات الموضوعة في نشر الحكم، سواء كان هذا الاعتداء يمس ملخص موضوع نشر الحكم كليا أو جزئيا، فيتعرض الجاني إلى عقوبة الحبس من 03 أشهر إلى سنتين وبغرامة مالية من 25.000 إلى 200.000 دج ، ويأمر الحكم من جديد بتنفيذ التعليق على نفقة الفاعل"[1].

رابعا- العقوبات التكميلية المتعلقة بجريمة عدم الإعلام بالأسعار

العقوبة التكميلية المتعلقة بجريمة عدم الإعلام بالأسعار هي نشر الحكم الصادر بالإدانة، لأن المشرع الجزائري ينص المادة 48 من القانون 04-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك طبقها على جميع الجرائم المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام والمدرجة في نصوص القانون أعلاه، ولقد تم شرح هذه العقوبة في الجزء أعلاه من المذكرة.

خامسا: العقوبات التكميلية المتعلقة بجريمة عدم الإعلام بشروط البيع

كما تطبق على جريمة عدم الإعلام بشروط البيع العقوبة التكميلية المتمثلة في نشر الحكم بالإدانة، لأن المشرع الجزائري ينص المادة 48 من القانون 04-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك طبقها على جميع الجرائم المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام والمدرجة في نصوص القانون أعلاه.

سادسا: العقوبات التكميلية المتعلقة بجريمة الخداع

نميز بين العقوبات التكميلية المتعلقة بجريمة الخداع، قبل صدور قانون حماية المستهلك وقمع الغش وبعد صدوره.

1-العقوبات التكميلية قبل صدور قانون حماية المستهلك وقمع الغش

قبل التعديل الذي جاء به القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، لم ينص المشرع الجزائري على جريمة الخداع، وكان القانون الساري المفعول هو قانون العقوبات، وفيه ميز بين العقوبات التكميلية المطبقة على الشخص الطبيعي والشخص المعنوي، حسب طبيعة كل واحد مما يحقق الردع.

[1] – المادة 18 من قانون العقوبات الجزائري.

المطبقة على الشخص الطبيعي: من استقراء المادة 429 و المادة 430 من قانون العقوبات الجزائري لم ينص على عقوبات تكميلية إلا إعادة الأرباح التي تحصل عليها بدون حق، ويمكن تكييفها على أساس الإثراء غير المشروع.

العقوبات المطبقة على الشخص المعنوي: وبالرجوع إلى نص المادة 435 مكرر أحال المشرع الجزائري العقوبة على نص المادة 18 مكرر الفقرة 2 ومن استقراءها نجد أن المشرع الجزائري طبق على الشخص المعنوي عقوبات تكميلية، وأعطى الحرية للقاضي بالحكم بواحدة منها أو أكثر وتتمثل هذه العقوبات في:

- حل الشخص المعنوي
- غلق المؤسسة أو فرع من فروعها لمدة خمس سنوات
- الإقصاء من الصفقات العمومية لمدة لا تتجاوز خمس سنوات
- المنع من مزاولة نشاط أو عدة أنشطة مهنية أو اجتماعية بشكل مباشر أو غير مباشر نهائيا لمدة لا تتجاوز 5 سنوات.
- مصادرة الشيء الذي استعمل في ارتكاب الجريمة أو نتج عنها
- نشر وتعليق حكم الإدانة.
- الوضع تحت الحراسة القضائية لمدة لا تتجاوز 5 سنوات، وتنصب الحراسة على ممارسة النشاط الذي أدى إلى الجريمة أو الذي ارتكبت الجريمة بمناسبته.

2- العقوبات التكميلية بعد صدور قانون حماية المستهلك وقمع الغش

غير أنه بعد صدور القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الساري المفعول، نص المشرع الجزائري على عقوبات تكميلية أخرى، تتمثل في المصادرة والشطب من السجل التجاري، ولقد تم الحديث عليهما في جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم.

وخلاصة القول أن المشرع الجزائري طبق العقوبات المالية(الغرامة الجزائية) على الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام، إلا في جريمة الخداع فقد جمع بين العقوبات المالية والعقوبات السالبة للحرية وترك للقاضي السلطة التقديرية في الجمع بينهما أو الأخذ بواحدة منهما، إلا أن المشرع الجزائري بعد صدور القانون 09-03 نص على جريمة الخداع ولم يحدد عقوبة الشخص المعنوي، كما كان عليه الحال في القانون الملغى(89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك)، وحبذ لو أن المشرع الجزائري ترك النص القديم فيما يتعلق بجريمة الخداع من حيث العقوبة.

أما فيما يتعلق بالعقوبات التكميلية فالمشرع الجزائري وفق إلى حد كبير في حماية حق المستهلك في الإعلام، غير أن بما يتعلق بالعقوبات التكميلية المطبقة على الشخص المعنوي في جريمة الخداع، لم يكفلهاإلا بعد صدور القانون 09-03 المذكور سابقا، وحبذ ا لو أن المشرع الجزائري نص عليها في القانون المذكور أعلاه.

المطلب الثاني: العقوبات الإداريۃ المطبقة على الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام

خول المشرع الجزائري للهيئات الإدارية المختصة تطبيق بعض التدابير الإدارية لقمع الجرائم المتعلقة بالحق بالإعلام في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والقانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

والجزاء الإداري يطبق على كل الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام إلاّ جريمة الخداع، التي تخضع للجزاء الجنائي المنصوص عليها في قانون العقوبات والذي تعرفـنا عليه سابقا، لذا وجب التطرق للجزاء الإداري لكل جريمة من الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام.

الفرع الأول:الجزاء الإداري المتعلق بجريمة مخالفة النظام القانوني للوسم

خول المشرع الجزائري للأعوان المذكورين بنص المادة 25 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش اتخاذ كافة التدابير التحفظية حماية لصحة وسلامة المستهلك وكذا مصالحه الاقتصادية في حالة أن كانت المنتوجات مخالفة للنظام القانوني للوسم، والتي تتمثل في الرفض لدخول المنتوج المستورد، الإيداع للمنتوج، السحب المؤقت للمنتوج المخالف للنظام القانوني للوسم، الأمر بتغيير المقصد، الحجز على المنتوج، التوقيف المؤقت لنشاط المؤسسة. وفي كل هذه الحالات يتحمل المخالف المقصر كل المصاريف الناتجة عن تطبيق هذه التدابير التحفظية تطبيقا لنص المادة 66 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

1- الرفض لدخول المنتوج المستورد المخالف للنظام القانوني للوسم

والرفض إما أن يكون مؤقتا أو نهائيا، فالرفض المؤقت لدخول المنتوج المستورد يكون في حالة الشك في عدم مطابقة المنتوج للنظام القانوني للوسم، من اجل إجراء تحريات، أو لضبط مطابقته.

غير أنه في حالة إثبات بعد المعاينة المباشرة أن المنتوج المستورد لا يطابق النظام القانوني للوسم يصرح بالرفض النهائي لدخول المنتوج عن طريق قرار يصدر من الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش. "[1]

2- إيداع المنتوج المخالف للنظام القانوني للوسم

ويتمثل الإيداع في وقف منتوج معروض للاستهلاك ثبت بعد المعاينة المباشرة أنه غير مطابق للنظام القانوني للوسم، بقرار من الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش، الذي يمكن الطعن فيه أمام الجهات الإدارية المختصة، ويتقرر الإيداع من أجل ضبط مطابقة للمنتوج للنظام القانوني للوسم، وفي حالة ضبط المطابقة يرفع الإيداع من طرف الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش بعد معاينة ضبط مطابقة المنتوج للنظام القانوني للوسم. "[2]

[1] – المادة 54 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

[2] – المادة 55 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

[2] – المادة 61 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

3- السحب المؤقت للمنتوج المخالف للنظام القانوني للوسم

السحب إما أن يكون مؤقتا أو نهائيا، فالسحب المؤقت يتمثل في منع وضع كل منتوج للاستهلاك أينما وجد، عند الاشتباه في عدم مطابقته في انتظار النتائج المترتبة عن التحريات، وفي حالة لم تجر التحريات في أجل سبعة (07) أيام عمل التي يمكن تمديدها في الحالة التي تتطلب فيها الشروط التقنية للرقابة والتحاليل أو الاختبارات والتجارب ذلك، وإذا لم يثبت عدم مطابقته للنظام القانوني للوسم، يرفع فورا تدبير السحب المؤقت. وفي حالة ثبوت عدم مطابقته للنظام القانوني لوسم يعلن عن حجز المنتوج مع الإعلام الفوري لوكيل الجمهورية. ويحرر محضر بذلك، و يُشمع المنتوج المشتبه به والمخالف للنظام القانوني للوسم ، ويوضع تحت حراسة المتدخل المعني، "[1]" وإذا تصرف فيه بالبيع يقع تحت المسؤولية الجزائية المحددة بنص المادة 79 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

4- الإعذار بإعادة مطابقة المنتوج للنظام القانوني للوسم

بالإضافة إلى إجراء السحب المؤقت للمنتوج الغير مطابق للوسم، يعذر حائز المنتوج بالعمل على جعل المنتوج مطابقا للنظام القانوني للوسم طبقا للمادة 56 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، وهذا في حالة ما إذا كان المنتوج قابلا للتلاؤم مع المطابقة دون خطورة على صحة المستهلك، عن طريق تكليفه بإزالة ما يتعلق بعد احترام النصوص القانونية المتعلقة بالنظام القانوني للوسم.

وفي حالة ثبوت عدم إمكانية مطابقة المنتوج للنظام القانوني للوسم أو في حالة رفض المتدخل المعني إجراء عملية مطابقة المنتوج للنظام القانوني للوسم يتم حجزه بغرض تغيير اتجاهه، أو إعادة توجيهه، أو إتلافه دون الإخلال بالمتابعة الجزائية.

5- حجز المنتجات غير المطابقة للنظام القانوني للوسم

رخص المشرع الجزائري للأعوان المنصوص عليهم بالمادة 25 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، القيام بحجز منتوج غير مطابق للنظام القانوني للوسم في حالة عدم استحالة مطابقة المنتوج للنظام القانوني للوسم، أو في حالة رفض المتدخل المعني العمل على جعل المنتوج مطابقا طبقا للمادة 57 من القانون المذكور أعلاه. كما رخص المشرع الجزائري للأعوان المنصوص عليهم بالمادة 25 من القانون المذكور أعلاه الإعلان عن حجز المنتوج في حالة إثبات أن هذا الأخير غير مطابق للمواصفات الفنية طبقا للمادة 59 الفقرة الأخيرة من القانون 09-03 المذكور

[1] - المادة 54 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .

سابقا، بشرط إعلام وكيل الجمهورية فورا بإجراء الحجز. وكذا تحرير محاضر الحجز، وتشميع المنتوجات المحجوزة وتوضع تحت حراسة المتدخل المعني. "[1]"

وفي حالة أن المنتوج قابلا للاستهلاك، والحجز كان بسبب عدم إمكانية ضبط المطابقة، أو رفض المتدخل إجراء عملية المطابقة، فالغرض منه تغيير الاتجاه إلى هيئة ذات منفعة عامة لاستعماله في غرض مباشر وشرعي، أو إعادة توجيهه إلى هيئة لاستعماله في غرض شرعي بعد تحويله. "[2]"أما في حالة أن المنتوج غير قابل للاستهلاك أو يشكل خطرا فيصدر قرار من الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش أو الجهة القضائية المختصة بإتلاف المنتوج، ويتم إتلاف المتدخل بحضور الأعوان المذكورين في المادة 25 من القانون المذكور، الذين يحررون محضر الإتلاف ويوقعون عليه مع المتدخل المعني."[3]"

6- التوقيف المؤقت لنشاط المؤسسة في جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم

وبالرجوع إلى نص المادة 65 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش رخص المشرع الجزائري للمصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش بالتوقيف المؤقت لنشاط المؤسسة المساهمة في حالة عدم مراعاتها للقواعد المحددة في هذا القانون، ومن بين هذه القواعد الالتزام بمطابقة المنتوج للنظام القانوني للوسم، وقد حدد المشرع مدة الغلق بزوال السبب الذي أدى إلى صدور القرار بالتوقيف المؤقت لنشاط المؤسسة.

الفرع الثاني: العقوبات الإدارية المتعلقة بقمع جريمة الإشهار غير المشروع

لقد خول القانون لمديرية التجارة تطبيق جزاءات إدارية على جريمة الإشهار غير المشروع، دون باقي الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام التي تضمنها القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ومن بين هذه الجزاءات الإدارية حجز المنتجات، الغلق الإداري للمحل التجاري.

1- حجز المنتجات في جريمة الإشهار غير المشروع

أما في القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية طبقا للمادة 39 من القانون المذكور سابقا، يمكن تطبيق الجزاء الإداري المتمثل في الحجز على البضائع في حالة جريمة الإشهار غير المشروع، كما يمكن حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكاب الجريمة، بشرط مراعاة حقوق الغير حسن النية، والحجز لا يمس الجريمتين المتعلقتين بعدم الإعلام بالأسعار، وعدم الإعلام بشروط البيع.

[1] – المادة 61 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .

[2] – المادة 58 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .

[3] – المادة 64 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .

وعند القيام بإجراء الحجز تحرر محضر جرد الأشياء المحجوزة ذلك وفق الإجراءات المتعلقة بالحجز، والحجز إما أن يكون عينيا أو اعتباريا، فالحجز العيني يكون عن طريق الحجز المادي للسلع، ويكون الحجز اعتباريا في حالة أن العون الاقتصادي مرتكب المخالفة لا يستطيع تقديمها لسبب ما.

وفي حالة الحجز العيني يكلف مرتكب المخالفة بحراسة المواد المحجوزة عندما يمتلك محلات للتخزين، حيث تشمع المواد المحجوزة بالشمع الأحمر من طرف الأعوان الاقتصادي ون المؤهلون، وتوضع تحت حراسة مرتكب المخالفة، أما في حالة عدم امتلاك مرتكب المخالفة لمحلات التخزين يخوّل الموظفون المؤهلون حراسة الحجز إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم بتخزين المواد المحجوزة في أي مكان تختاره لهذا الغرض، وتكون المواد المحجوزة تحت مسؤولية المكلف بالحراسة سواء كان مرتكب المخالفة في محلات امتلاكه للمحلات التخزين أو إدارة أملاك الدولة في حالة عدم امتلاك مرتكب المخالفة محلات التخزين، إلى غاية صدور حكم قضائي، أما عن تكاليف الحجز فتكون على عاتق مرتكب المخالفة."[1]

أما في حالة الحجز الاعتباري تحدد قيمة المواد المحجوزة على أساس السعر المطبق من طرف مرتكب المخالفة أو بالرجوع إلى سعر السوق، ويدفع المبلغ الناتج عن بيع السلع موضوع الحجز الاعتباري إلى الخزينة العمومية، ونفس الإجراء يطبق على مرتكب المخالفة في حالة الحجز العيني، عندما لا يمكن لمرتكب المخالفة من تقديم المواد المحجوزة الموضوعة تحت حراسته. [2] وفي حالة انه تم بيع المواد المحجوزة طبقا لأحكام هذا القانون يدفع المبلغ الناتج عن البيع إلى أمين خزينة الولاية إلى غاية صدور قرار العدالة."[3]

أما في حالة أن الحجز يكون على سلع سريعة التلف أو يقتضي ذلك حالة السوق أو لظروف خاصة، يمكن للوالي المختص إقليميا بناء على اقتراح من المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يقرر، دون المرور بالإجراءات القضائية المسبقة البيع الفوري من طرف محافظ البيع بالمزاد للمواد المحجوزة ويودع مبلغ البيع لدى أمينة الخزينة الولاية إلى غاية صدور قرار العدالة، أو تحويلها مجانا إلى الهيئات والمؤسسات ذات الطابع الاجتماعي أو الإنساني، وعند الاقتضاء إتلافها من قبل مرتكب المخالفة بحضور المصالح المؤهلة وتحت مراقبتها."[4]

وفي حالة صدور القرار القضائي برفع اليد على الحجز، تعاد السلعة المحجوزة لصاحبها، وتتحمل الدولة التكاليف المرتبطة بالحجز، وإذا كانت السلعة محل الحجز قد تم بيعها أو التنازل عليها مجانا أو إتلافها طبقا لأحكام المادة 43 من نفس القانون، فيحق للعون الاقتصادي المطالبة بالتعويض

---

[1] – المادة 41 من القانون 04–02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية

[2]– المادة 42 الفقرات 1 و 2 و 3 من القانون 04–02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية

[3]– المادة 42 الفقرة الأخيرة من القانون 04–02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

[4]– المادة 43 من القانون 04–02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

بقيمة السلعة المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق من طرف صاحبها أثناء الحجز، كما يحق له طلب تعويض الضرر الذي لحق به من الدولة،"[1]" وترفع ضد الوالي في المحاكم الإدارية المحلية لأنها تتعلق بالتعويض، أما في حالة ضياعها السلع المحجوزة فيتحمل الحارس القضائي المسؤولية. "[2]"

2- الغلق الإداري للمحل التجاري في جريمة الإشهار غير المشروع

نص المشرع الجزائري على الغلق الإداري للمحل التجاري وجعله من اختصاص الوالي بناء على اقتراح من المدير الولائي للتجارة طبقا للمادة 46 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وهنا تغيير عما كان عليه الغلق المؤقت للمؤسسة في القانون 89-02 من حيث مدة الغلق ففي جريمة عدم الوسم يكون لغاية زوال سبب الغلق المؤقت، أما في القانون 04-02 المذكور أعلاه فيكون لمدة شهر واحد.

ويتعلق الغلق الإداري بجريمة الإشهار غير المشروع دون باقي الجرائم الماسة بحق المستهلك في الإعلام والمنصوص عليها في القانون 04-02 المذكور أعلاه، ويكون لمدة لا تتجاوز 30 يوما بقرار من الوالي باقتراح من المدير الولائي المكلف بالتجارة، كما تجيز المادة 48 من القانون 04-02 المذكور سابقا للوالي المختص أن يأمر على نفقة مرتكب المخالفة بنشر القرار كاملا أو خلاصة منه في الصحافة الوطنية، أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددانها. "[3]"

وكذا في حالة المعارضة، ويمكن الطعن في قرار الغلق في المحاكم الإدارية الجهوية، طبقا للمادة07 من قانون الإجراءات المدنية الجزائري، لأن قرار الغلق يتعلق بقرار صادر عن والي الولاية، وفي حالة إلغاء قرار الطعن يمكن للمحترف المتضرر المطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحقه أمام الجهات القضائية المختصة، ويرفع الطلب في هذه الحالة إلى المجلس القضائي الذي يقع في دائرة اختصاصه الولاية التي صدر عنها قرار الغلق طبقا للمادة 07 الفقرة 02 من قانون الإجراءات المدنية.

ثالثا: الجزاء الإداري المتعلق بجريمة عدم الإعلام بالأسعار

لم يطبق المشرع الجزائري على جريمة عدم الإعلام بالأسعار وجريمة عدم الإعلام بشروط البيع جزاء إداري، مثل ما هو عليه الحال في جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم، وجريمة الإشهار غير المشروع، إلا إذا كان المخالف في حالة العود، فيطبق التدبير الإداري المتمثل في غلق المحل التجاري طبقا للمادة 47 من القانون 04-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.

رابعا:الجزاء الإداري المتعلق بجريمة عدم الإعلام بشروط البيع

[1] – المادة 45 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية

[2]– بوفليح سالم، **محاضرات في مقياس قانون الاستهلاك**، ملقاة على طلبة الماجستير تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة محمد خيضر بسكرة، السنة الجامعية 2006-2007، غير منشورة.

[1]– أحسن بوسقيعة، **المرجع السابق**، ص 256

في حالة أن المخالف المرتكب لجريمة عدم الإعلام بشروط البيع كان في حالة العود، فالتدبير الإداري القاضي بغلق المحل التجاري يطبق على جريمة عدم الإعلام بشروط البيع بنفس الإجراءات التي تم ذكرها في الغلق الإداري للمحل التجاري في جريمة الإشهار غير المشروع.

إذن المشرع الجزائري خول لمديرية التجارة والأعوان المذكورون بنص المادة 25 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وكذا الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش و الوالي تطبيق جزاءات إدارية على مرتكب جريمة من الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام، مما تحقق ردعا لاقتراف جرم يمس بحق المستهلك في الإعلام، إلا أن توزيع الاختصاص بين هذه الهيئات يثير كثير من الجدل والغموض خاصة لما لوحظ من غموض على نصوص القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، أو على نصوص القانون 04-02 المحددة للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وهذا ما لا و إلى جانب الجزاء الإداري ومن أجل تحقيق ردع فعال للمعتدين على حق المستهلك في الإعلام تم رصد جزاء جنائي وإداري كما ذكرنا أعلاه.

خلاصـــة الفصل الثاني

بالنسبة لموضوع حماية حق المستهلك في الإعلام يجب على الدولة أن لا تكتفي بالحماية القانونية للمستهلك، بل تفعيل الآليات الأخرى، مثل وسائل الإعلام عن طريق بث حصص وثائقية تتعلق بالسلوكات الاستهلاكية، ومن خلالها تبين حقوق المستهلك والآليات التي أقرت للمستهلك لحماية حقه في الإعلام، وكذا تمويل الجمعيات المتعلقة بحماية المستهلك من جهة، وتسليط الرقابة عليها من خلال النشاطات التي تقيمها، المصاريف التي تنفقها، حتى نستأمن من الانحراف الذي يلاحظ على الجمعيات، كذلك وضع قانون خاص بجمعيات حماية المستهلك من حيث توفر الثقافة سواء القانونية أو العلمية خاصة في أعضاء مكتب الجمعية، مما يغلق الباب في وجه الانتهازيين، وكذا تحسين مردود العمل الجمعوي في هذا الإطار.

والمسؤولية لا تلقى على الدولة فقط فيما يتعلق بحماية حق المستهلك في الإعلام، فلا بد من تفعيل دور الجمعيات المتخصصة في حماية المستهلك، وذلك بنشر ثقافة الاستهلاك بتوعية المستهلك حول آليات حماية حقه في الإعلام، والقيام بدراسات علمية ونشرها مما تمكن المستهلك من الوقوف في وجه المحترف.

كما يجب على المستهلك السعي وراء حقوقه عن طريق التمسك بحقه اتجاه المحترفين وذلك من مراقبة السلع ومدى مطابقتها، من خلال قراءة بطاقة الوسم، فيما يتعلق بخصائص المنتوج أو الخدمة، والانتباه من بطاقة الأسعار، مما يشعر المحترف أن المستهلك حريص على التعاقد معه.

الفصل الثالث

الأحكام الإجرائية لحماية حق المستهلك في الإعلام

المبحث الأول: قمع الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام

إن حماية المستهلك تتطلب وجود جهاز فعال ومؤهل، لمراقبة المنتجات ،والخدمات، وإثبات المخالفات، وحرص المشرع الجزائري بدوره على إنشاء عدة أجهزة وهيئات للرقابة، منها سلطات إدارية وقضائية، ولذلك سنتناول في(المطلب الأول) دور الأجهزة الإدارية في حماية حق المستهلك في الإعلام و في (المطلب الثاني) دور الضبطية القضائية في حماية حق المستهلك في الإعلام.

المطلب الأول: دور الأجهزة الإدارية في حماية حق المستهلك في الإعلام

الأعوان المؤهلون لسلطة ضبط وقمع الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام، لابد من أن يثبت الجريمة على مرتكبها الأعوان المؤهلون، الذين منحهم المشرع الجزائري في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش سلطة الضبط، وكذا القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية عن طريق المعاينة والمتابعة. وفي حالة إثبات الجريمة تقوم المسؤولية الجزائية على عاتق الجاني، ويستحق الجزاء المقرر للجريمة وفق النصوص القانونية المجرمة للأفعال التي تمس بحق المستهلك في الإعلام، سواء الجزاء المنصوص عليه في القانونين المذكورين أعلاه، أو في قانون العقوبات. وعليه سوف نتناول في الفرع الأول إثبات الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام ومتابعتهاأما في الفرع الثاني تحرير المحاضر.

الفرع الأول:إثبات الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام ومتابعتها

إن الإثبات كركن أساسي في المسؤولية الجنائية، فلا يمكن أن تقوم هذه الأخيرة على المتهم إلا إذا تم إثبات قيام الجريمة على عاتقه، ولإثبات الجريمة في القانون 09-03 و القانون 04-02 المذكورين سابقا لابد من معاينتها وتحرير المحاضر، وفي حالة إثبات الجريمة تتم المتابعة لتطبيق الجزاء المقرر لها بالنصوص القانونية المحددة له، والذي سيكون محل الدراسة في المبحث الثالث من هذا المطلب، وتبعا لما تم ذكره فيحتم علينا التطرق إلى إثبات الجريمة (أولا)، متابعة الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام (ثانيا).

أولا- إثبات الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام

تكون حجية على المحترف إذا ثبت المخالفة في ذمته، ويتم تحرير المحاضر من طرف الأعوان المؤهلين بعد معاينتها من خلال العمليات الرقابية، فالأعوان المؤهلون لهم الاختصاص بالتحري عن الجرائم الماسة بسلامة المستهلك، وفي حالة اكتشاف الجريمة تحرر المحاضر التي تثبت المخالفة. وعلى هذا الأساس لابد من دراسة معاينة الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام، وتحرير المحاضر.

1- معاينة الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام

نص المشرع الجزائري في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، و القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على الأعوان المؤهلون لمعاينة الجرائم، وعليه وجب تحديد الأعوان المؤهلون للتحري عن الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام في كلا من القانونين المذكورين أعلاه.

أ- الأعوان المؤهلون بمعاينة الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام

خول المشرع الجزائري في قانون الإجراءات الجزائية الاختصاص بمعاينة المخالفات للأعوان المذكورين في المادة 15 منه كما يلي:"يتمتع بصفة ضباط الشرطة القضائية

1 -رؤساء المجالس الشعبية البلدية،
2 -ضباط الدرك الوطني،
3 -محافظوا الشرطة،
4 -ضباط الشرطة،
5 -ذوو الرتب في الدرك، ورجال الدرك الذين أمضوا في سلك الدرك ثلاث سنوات على الأقل والذين تم تعيينهم بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل ووزير الدفاع الوطني، بعد موافقة لجنة خاصة،
6 -مفتشو الأمن الوطني الذين قضوا في خدمتهم بهذه الصفة ثلاث سنوات على الأقل وعينوا بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل ووزير الداخلية والجماعات المحلية، بعد موافقة لجنة خاصة،
7 -ضباط وضباط الصف التابعين للمصالح العسكرية الذين تم تعيينهم خصيصا بموجب قرار مشترك بين وزير الدفاع ووزير العدل"."[1]

كما أن القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بنص المادة 25 منه"بالإضافة إلى ضباط الشرطة القضائية والأعوان الأخرين المرخص لهم بموجب النصوص الخاصة بهم، يؤهل للبحث ومعاينة مخالفات أحكام هذا القانون، أعوان قمع الغش التابعون للوزارة المكلفة بحماية المستهلك" فالأعوان المؤهلون لمعاينة الجرائم المذكورين في هذه المادة هم: ضباط الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية، أعوان قمع الغش التابعون للوزارة المكلفة بحماية المستهلك"[2]"، أما في القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية فقد نصت عليه المادة 49 مكرر منه، فقد منح هذا الاختصاص إلى ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص

[1]- المادة 15 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري.
[2]- المادة 25 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

عليهم في قانون الإجراءات" [1]"، والمستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة، والأعوان المعينون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية، و أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة والمرتبون في الصنف 14 على الأقل والمعينون لهذا الغرض.

حيث أنهم أثناء تأدية مهامهم ملزمون بالإفصاح عن وظيفتهم، وأن يقدموا التفويض بالعمل خاصة في مهمة الدخول إلى المحلات التجارية والمكاتب والملحقات، وأماكن الشحن والتخزين، وكذا فتح الطرود "[2]". و لقد فرض لهم القانون حماية في حالة معارضة الرقابة أو عرقلة عملهم أثناء تأدية المهام، وفرضت عقوبة من ستة (06) أشهر إلى سنتين (02)، وبغرامة مالية من 100.000 دج إلى1000.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين، وقد حددت المادة 54 من القانون 04-02 المحدد لقواعد المطبقة على الممارسات التجارية الأفعال التي تعتبر كمعارضة أو عرقلة عمل الأعوان المؤهلون"[3]"، كما جرم المشرع الجزائري بالقانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش فعل الاعتداء على الأعوان المؤهلين بنص المادة 84 منه، وأحال عقوبتها على المادة 425 من قانون العقوبات "[4]"، وهي نفسها العقوبة المدرجة في القانون 04-02 المذكور سابقا.

ب- التحري عن الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام

منح المشرع الجزائري بالقانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك للأعوان المؤهلون بالتحري عن المخالفات الماسة بالقانون أعلاه حق القيام بالتحريات اللازمة لمراقبة مدى توفر المطابقة من أجل تفادي الأخطار التي قد تهدد سلامة المستهلك، سواء في صحته أو مصالحه المادية بموجب المادة 14 من القانون المذكور أعلاه، إلا أن المشرع الجزائري لم ينص على الإجراءات الواجب إتباعها من طرف الأعوان المؤهلين بنصوص القانون السالف الذكر، وبالرجوع إلى المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، التي خولت لهم مراقبة المنتوجات والخدمات عن طريق المعاينة المباشرة والفحوص البصرية وبواسطة أجهزة المكاييل والموازين والمقاييس وبالتدقيق في الوثائق والاستماع إلى الأشخاص المسؤولين أو بأخذ العينات"[5]"، ولم يحدث المشرع الجزائري أي تغيير في هذا الجانب من استقراء المادة 30 منه.

---

[1]- المادة15 والمادة 19 من الأمر66-155 المؤرخ في 08 جوان 1966 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية العدد 48 المؤرخة في 10 جوان 1966، الجزائر، سنة 1966.

[2]- المادة 52 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

[3]- المادة 53 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

[4] - المادة 84 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

[5]- المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.

*-المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.

*- المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.

وتتم هذه المعاينة إما في أماكن الإنشاء الأولى، أماكن الإنتاج، أماكن التحويل،أماكن التوضيب، أماكن الإيداع، أماكن العبور، أماكن النقل، أماكن التسويق، وفي كل أماكن الوضع حيز الاستهلاك.*

كما لهم الإطلاع على المنتوجات والخدمات ليتسنى لهم الوقوف على مدى المطابقة أو عدمها للمقاييس المعتمدة أو المواصفات القانونية والتنظيمية التي يجب أن تتميز بها المنتوجات والخدمات، ومن بين هذه المواصفات القانونية والتنظيمية والمتعلقة بحق المستهلك في الإعلام الوسم، ومدى تطابقه مع التنظيم القانوني للوسم الساري المفعول.

أما في القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية خولت لهم صلاحيات الإطلاع على الوثائق، المتمثلة في المستندات الإدارية والتجارية والمالية والمحاسبية، وكذا أية وسائل مغناطيسية أو معلوماتية، دون منع الأعوان الاقتصاديين بحجة السر المهني طبقا للمادة 50 من القانون المذكور أعلاه "[1]"، كما منح للأعوان المؤهلون حق تفتيش المحلات المهنية بنص المادة 52 من القانون المذكور أعلاه، حيث تجيز هذه المادة حرية الدخول إلى المحلات التجارية والمكاتب والملحقات، وأماكن الشحن والتخزين، وبصفة عامة أي أماكن باستثناء المحلات السكنية التي يتم الدخول إليها طبقا لأحكام قانون الإجراءات الجزائية عن طريق ترخيص من وكيل الجمهورية وبحضور ضباط الشرطة القضائية، ونهارا قبل الساعة الثامنة ليلا وبعد السادسة صباحا، كما يمكن لهم القيام بعمليات المعاينة أثناء نقل البضائع، كما يخول لهم القانون فتح أي طرد أو متاع بحضور المرسل أو المرسل إليه أو الناقل"[2]".

كما لهم الإطلاع على المنتوجات والخدمات ليتسنى لهم الوقوف على مدى المطابقة أو عدمها للمقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية والتنظيمية التي يجب أن تتميز بها المنتوجات والخدمات" [3]"، ومن بين هذه المواصفات القانونية والتنظيمية والمتعلقة بحق المستهلك في الإعلام الوسم، ومدى تطابقه مع التنظيم القانوني للوسم الساري المفعول.

الفرع الثاني: تحرير المحاضر

يقع التزام على الأعوان المؤهلون بالتحري أثناء تأدية مهامهم في حالة اكتشاف جريمة من الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام تدوين المحاضر، ففي القانون 09-03 المذكور سابقا، ومن استقراء المادة 31 منه التي تنص:" يقوم الأعوان المذكورون في المادة 25 أعلاه في إطار مهامهم الرقابية، وطبقا لأحكام هذا القانون، بتحرير محاضر..."، فيقع على عاتق الأعوان المؤهلون الموكل لهم الاختصاص بمعاينة الجرائم في القانون 09-03 السابق الذكر تحرير محاضر، وحدد بيانات الواجب إدراجها في المحاضر على الفقرة الأخيرة من المادة المذكورة أعلاه، وهذه البيانات هي:

---

[1]- المادة 50 من القانون04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

[2]- أحسن بوسقيعة، **المرجع السابق**، ص 245.

[3]- المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.

- تواريخ وأماكن الرقابة المنجزة.
- ذكر الوقائع المعاينة.
- ذكر المخالفات المسجلة.
- العقوبات المتعلقة بالمراقبة.
- ذكر هوية الأعوان الذين قاموا بالمخالفة.
- ذكر هوية ونسب ونشاط العون المتدخل المعني بالرقابة.
- توقيع من طرف الأعوان الذين قاموا بالرقابة، وتوقيع المتدخل المعني بالرقابة، وفي حالة الرفض، أو أن محاضر حررت في غيابه يؤشر على ذلك في المحضر"[1].

ويجوز إرفاق مع المحاضر الوثائق والمستندات التي تثبت المخالفة، وفي حالة الامتناع تطبق العقوبات المنصوص عليها فيما يتعلق بعرقلة عمل الأعوان.

أما قبل صدور القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، فقد نص عليها سابقا المشرع الجزائري على هذه البيانات بالمادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، حيث استوجبت بيانات في المحاضر المحررة والتي لها قوة الثبوتية وهي:

- اسم العون الذي يحرر أو أسماء الأعوان الذين يحررون المحاضر وألقابهم وصفاتهم و إقامتهم الإدارية.
- تاريخ المعاينات المنتهية وساعتها ومكانها أو أماكنها بالضبط.
- اسم الشخص الذي وقعت لديه المعاينات ولقبه ومهنته ومحل سكناه أو إقامته.
- جميع عناصر الفاتورة التي يتم بها إعداد قيمة المعاينات التي وقعت بصفة مفصله.
- رقم تسلسل محضر المعاينة.
- إمضاء القائم أو القائمين بالمعاينة.
- إمضاء المعني إن كان، وإذا رفض الإمضاء يذكر ذلك في المحضر أو في دفتر التصريح.

واقتطاع العينات فهي لا تتعلق بالجرائم الماسة بحق المستهلك بالإعلام، ومنه فلا مجال للحديث عنها.

فالقانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية وجوب إثبات الجرائم المنصوص عليها بالقانون أعلاه عن طريق تحرير محضر إثبات، ثم تبلغ إلى المدير الولائي، بشرط أن لا تكون مشطوبة أو بها إضافات أو قيد على الهوامش، وتبين صفة الموظفي ن الذين قاموا

[1] - المادة 32 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

بالتحقيقات بذكر أسماءهم، كما يجب ذكر أسما ء المخالفين وألقابهم وعناوينهم و نشاطاتهم وكذا العقوبة التي يقترحها الموظفون التي لا تقل أو تتجاوز الحد الذي وضعه التشريع الساري المفعول" [1].

وطبقا للمادة 57 من القانون 04–02 السابق الذكر تحرر المحاضر في ظرف ثمانية أيام من تاريخ نهاية التحقيق، وتوقع من طرف المحررين، وفي حالة تخلف التوقيع تعتبر باطلة، كما توقع من طرف المخالف وفي حالة رفضه أو غيابه لعدم حضوره بعد التبليغ الموجه له بالحضور أثناء تحرير المحاضر يقيد ذلك في المحضر.

وخلاف ما نصّت عليه المادة 115 من قانون الإجراءات الجزائيّة من أنّ المحاضر و التقارير المثبتة للجنايات و الجنح لا تعتبر إلاّ مجرّد استدلالات يجوز للقاضي الأخذ بها أو إهمالها ما لم ينص القانون على خلاف ذلك ، وبالرجوع إلى القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية و09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، نجد أن المشرع الجزائري نصّ صراحة على خلاف هذه القاعدة العامة، فقد أعطى هذا القانون للمحاضر المحرّرة من طرف أعوان الرقابة بمديرية التجارة حجيّة كاملة و قوّة إثباتيه رسميّة يتعيّن على قاضي الحكم الأخذ بها، و لا يجوز إهمالها إلاّ إذا تم الطعن فيها بالتّزوير و ثبت تزويرها وهذا ما سوف نخصه بالدراسة.

أولا : حجية المحاضر في قانون العقوبات

التكييف القانوني للجرائم المتعلقة بحق المستهلك جميعها جنح (جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم، جريمة عدم الإعلام بالأسعار، جريمة عدم الإعلام بشروط البيع، جريمة الإشهار غير المشروع وجريمة الخداع) تطبيقا للمادة 05 من قانون العقوبات المعدلة بالقانون 06–23 المعدل والمتمم لقانون العقوبات.

فالمشرع الجزائري بنص المادة 214 و 215 من قانون الإجراءات الجزائية، لم يقر لهذه المحاضر أي حجة في الإثبات في الجنح، واعتبرها مجرد استدلالات، حيث المحاضر المتعلقة بجمع الاستدلال والتحقيق الابتدائي والمحاضر المتعلقة بإثبات الجنح منصوص لا تلتزم المحكمة بالأخذ بما جاء بها، وأن ما تضمنته من اعترافات للمتهمين أو شهادة للشهود أو معاينات لمكان الجريمة، ليست إلا عناصر إثبات يستطيع الخصوم مناقشتها وتفنيدها دون أن يلتزموا سلوك الطعن بالتزوير وهذا هو الأصل العام الذي أخذ به المشرع الجزائري في حجية المحاضر المنصوص عليها في قانون العقوبات الجزائري والمتعلقة الجنح.

إلاّ أن المشرع الجزائري أدرج عبارة في آخر نص المادة 215 المذكورة أعلاه:"... ما لم ينص القانون على خلاف ذلك..." [2]، مما يفهم أن الأصل العام قد يرد عليه استثناء، والاستثناء لابد أن يكون بنص، ولذا وجب علينا الرجوع إلى كل من القانونين 09–03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع

---

[1] – المادة 56 من القانون04–02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

[2] – المادة 214 و215 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري.

الغش، والقانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وهذا ما سوف يتم تناوله لاحقا.

ومتى حرر الأعوان المؤهلون محاضر ضد عون اقتصادي ارتكب جريمة من الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام والمنصوص عليها في القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية (جريمة عدم الإعلام بالأسعار، جريمة عدم الإعلام بشروط البيع، جريمة الإشهار غير المشروع)، فيعتبر ما ورد في المحضر أو التقرير له حجية مطلقة والقاضي ملزم الأخذ به حتى يطعن فيه بالتزوير، وهذه حماية أكثر للمستهلك من الجرائم التي تقع عليه ومن بينها الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام، والتي جاء به القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على غرار القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

ثانيا: حجية المحاضر في القانون المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك

نص المشرع الجزائري في المادة 31 الفقرة 04 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش:" وتكون للمحاضر المنصوص عليها في الفقرات السابقة حجية قانونية حتى يثبت العكس"[1]، وهو ما كان الحال عليه في المادة 15 الفقرة 02 من القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك التي تنص:" إن المحاضر التي يحررها الموظفون والأعوان المؤهلون موثوق بها حتى يثبت العكس..." [2]، ومنه المحاضر التي يحررها الأعوان المؤهلون المذكورون بنص المادة 15 الفقرة الأولى من القانون المذكور أعلاه موثوق بها، وما جاء فيها صحيح إلى غاية أن يثبت العون الاقتصادي الذي حرر المحضر ضده عكس ما جاء فيه، والإثبات يكون بالكتابة أو بشهادة الشهود طبقا للمادة 400 من قانون الإجراءات الجزائية. وحبذ لو أن المشرع الجزائري أخذ بنفس القيمة الثبوتية للمحاضر التي جاء بها القانون 04-02 المذكور أعلاه (حتى يطعن فيها بالتزوير).

ثالثا: حجية المحاضر في القانون المحدد لقواعد المطبقة على الممارسات التجارية

بالرجوع إلى المادة 58 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي تنص على:" مع مراعاة أحكام المواد من 214 إلى 219 من قانون الإجراءات الجزائية وكذا أحكام المادتين 56 و 57 من هذا القانون، تكون للمحاضر وتقارير التحقيق حجية قانونية حتى يطعن فيها بالتزوير "[3]، إذن المحاضر التي يحررها الأعوان والموظفون وكذا ضباط الشرطة القضائية الموكلة لهم سلطة الضبط القضائي طبقا للمادة المذكورة أعلاه والمستوفية لكافة الشروط القانونية، لها حجية قاطعة إلى غاية أن يطعن فيها بالتزوير، ويترتب عن أن هذه المحاضر لها حجية حتى يطعن *فيها* بالتزوير، والقاضي ملزم بما ورد فيها إلى غاية أن يثبت تزويرها، وحتى إن كانت تخالف قناعة

[1] – المادة 32 الفقرة 04 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

[2] – المادة 15 الفقرة 2 من القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.

[3] – المادة 58 منن القانون 04-02 المحدد لقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

القاضي، إذ يفترض صحة ما جاء فيها، فلا يجوز إثبات عكس ما ورد فيها إلا عن طريق التزوير "[1]"، ولا تعتبر على سبيل الاستدلال.

نستنتج أنه متى حرر الأعوان المؤهلون محاضر ضد محترف ارتكب جريمة من الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام والمنصوص عليها في القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية (جريمة عدم الإعلام بالأسعار، جريمة عدم الإعلام بشروط البيع، جريمة الإشهار غير المشروع)، فيعتبر ما ورد في المحضر أو التقرير له حجية مطلقة والقاضي ملزم الأخذ به حتى يطعن فيه بالتزوير، وهنا نستنتج أن الحماية المطبقة للمستهلك أكبر على الجرائم الأخرى التي تقع عليه ومن بينها الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام.

و الخلاصة أننا نجد المشرع الجزائري أعطى حماية أكبر من حيث أدلة الإثبات لحماية حق المستهلك في الإعلام حيث لها حجية قاطعة إلى غاية أن يطعن فيها بالتزوير .

المطلب الثاني: دور الأجهزة القضائية في حماية حق المستهلك في الإعلام

هناك طريقان لمتابعة الجرائم الماسة بحق المستهلك في الإعلام، الطريق الأول هو الطريق الودي، الذي يقصد به إجراء المصالحة، أما الطرق الثاني هو الطريق القضائي، ويقصد به تحريك الدعوى العمومية.

الفرع الأول: الإجراء الودي لمتابعة الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام

الطريق الأول الذي تتم به متابعة الجرائم هو الطريق الودي، الذي يقصد به إجراء المصالحة ومنه.

يقصد بالمصالحة:" تنازل الهيئة الاجتماعية عن حقها في الدعوى الجزائية أو وقف تنفيذها مقابل المبلغ الذي تم عليه الصلح"[2]" أو هي: "الصلح مع المتهم مقابل التنازل عن سلطة العقاب.

الأصل أن من ارتكب جرما لابد أن يسال عليه ويطبق الجزاء، إلا أن بعض التشريعات خرجت عن الأصل العام، ونصت على جواز تصالح الإدارة، وهذا راجع لأسباب، منها أنه يمكن الوصول إلى الغاية المقصودة من رفع الدعوى الجزائية بدون احتياج لرفعها، وكذا الحد من إطالة التقاضي، وقد يكون الصلح بعد تحريك الدعوى العمومية فيكون سبب لانقضائها، وهو نظام يدعو ا إلى الشك في سلامته، لأن المتهم يمكن له دفع مقابل مالي دون الوقوف موقف المتهم، وهو ما يخدم التاجر

[1] – محمد سعيد نمور، **أصول الإجراءات الجزائية (شرح لقانون أصول المحاكمات الجزائية)**، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 212.

[2]– أنور محمد صدقي المساعدة ، **المسؤولية الجزائية عن الجرائم الاقتصادية (دراسة تحليلية تأصيلية مقارنة في التشريعات الأردنية والسورية واللبنانية والمصرية والفرنسية و غيرها)**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 288.

الثري، وخير وسيلة للردع وقوف المتهم أمام العدالة وتطبيق الجزاء مع تسجيل الحكم على شهادة السوابق العدلية وإشهاره"[1].

ولذا وجب دراسة أحكام المصالحة في التشريع الجزائري.

بالرجوع إلى 04-02 السالف الذكو أدرج المشرع الجزائري مصطلح المصالحة، وفي القانون 09-03 أدرج مصطلح الصلح، ورغم أن هذا الأخير استعمل في المسائل المدنية وهذا وفقاً لنص المادة 459 من القانون المدني والتي تنص على أن الصلح " عقد ينهي الطرفان نزاعاً قائماً أو يتوقيان به نزاعاً محتملاً، وذلك بأن يتنازل كل منهما على وجه التبادل عن حقه". في حين استعمل مصطلح المصالحة في المسائل الجزائية بنص المادة 06 الفقرة 03 من قانون الإجراءات الجزائية فيما يتعلق بأسباب انقضاء الدعوى العمومية، إلا أنه بالرجوع إلى التعريف السابق نجد أن المصالحة هي الصلح مع المتهم مقابل دفع غرامة لقاء التنازل عن سلطة العقاب، ولهذا فالمصالحة والصلح هنا لهما نفس المعنى، وتفاديا للالتباس والخلط الذي قد يقع فيه، حبذ لو أن المشرع الجزائري أخذ بمصطلح واحد في القانونين، سواء في القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، أو القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

لقد حدد المشرع الجزائري نطاق المصالحة والصلح بنصوص القانون الذي يطبق كل واحد منهما، فنطاق المصالحة في القانون 04-02 المذكور سابقا يشمل كل من جريمة عدم الإعلام بالأسعار وجريمة عدم الإعلام بشروط البيع المحددة، دون جريمة الإشهار غير المشروع، أما نطاق الصلح في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش فيشمل جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم دون جريمة الخداع، لأن هذه الأخيرة تطبق عليها العقوبة السالبة للحرية وهي من الشروط التي تمنع إجراء الصلح مع المخالف، و سنأتي على تفصيل ذلك من خلال دراسة المصالحة طبقا لأحكام القانون 04-02 المحدد لقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ثم الصلح طبقا لأحكام القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

أولا: المصالحة في القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية

حتى تنتج المصالحة أثرها القانوني لا بد من توافر شروط فيها حسب النصوص القانونية التي أوردها المشرع في القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ولذا لابد من تحديد الشروط ثم الآثار.

1- شروط إجراء المصالحة

حدد المشرع الجزائري في القانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية الشروط الواجب توافرها لكي تتم المصالحة بنص المادة 60 منه والتي يمكن تقسيمها إلى

---

[1] - أنور محمد صدقي المساعدة، **نفسه**، ص296.

شروط موضوعية وشروط إجرائية. ولذا لابد من تحديد الشروط الموضوعية، ثم نأتي على الشروط الإجرائية.

أ- الشروط الموضوعية لإجراء المصالحة

هناك شروط يجب توفرها في مرتكب المخالفة وأخرى في الإدارة المكلفة بمنح المصالحة، فبالنسبة لمرتكب المخالفة:

- أن لا يكون مرتكب المخالفة في حالة العود.
- أن تكون العقوبة المقررة للمخالفة أقل من 3000.000 دج "[1]".

أما بالنسبة للإدارة حتى تنعقد المصالحة قانونية منتجة لكافة آثارها القانونية ينبغي أن تكون الإدارة المعنية – كطرف – ممثلة بالشخص المختص قانوناً لإجراء المصالحة. ولقد حدد المشرع الجزائري بنص المادة 61 من القانون 04-02 الاختصاص على النحو التالي:

- اختصاص المدير الولائي لمديرية التجارة بمنح المصالحة إذا كانت المخالفة المعاينة في حدود غرامة تقل أو تساوي 1.000.000 دج، استنادا للمحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين الذين يقترحون ، ومنه جريمة عدم الإعلام بالأسعار وجريمة عدم الإعلام بشروط البيع تدخل في اختصاص المدير الولائي المكلف بالتجارة في إجراء المصالحة، لأن العقوبة المقررة على هاتين الجريمتين أقل من 1000.000 دج.

ب- الشروط الإجرائية لإجراء المصالحة

بالإضافة إلى الشروط الموضوعية ينبغي توافر الشروط الإجرائية، التي تتلخص في اقتراح المصالحة على مرتكب المخالفة، جواب مرتكب المخالفة، و قرار السلطة الإدارية المختصة بإجراء المصالحة.

- اقتراح المصالحة

بالرجوع إلى المادة 61 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، فإن اقتراح المصالحة تقوم به الإدارة المختصة، بواسطة الموظفين المؤهلين الذين حرروا المحاضر، حيث يقترحون على مرتكب المخالفة غرامة الصلح في حدود العقوبة المالية المنصوص عليها، ولا يجوز لهم النزول عن الحد الأدنى المقرر للعقوبة، أو تجاوز الحد الأقصى المقرر للعقوبة،

---

[1]- أحسن بوسقيعة، **المرجع السابق**، ص 248.

كما أن الإدارة غير ملزمة باقتراح المصالحة من استقراء المادة 60 من القانون المذكور أعلاه "[1]، وهنا نميز بين فرضيتين:

الفرضية الأولى: عدم اقتراح المصالحة من طرف الأعوان المؤهلين على العون الاقتصادي المخالف، ففي هذه الحالة يجوز للعون الاقتصادي تقديم طلب للمدير الولائي المكلف بالتجارة.

الفرضية الثانية: رفض المدير الولائي المكلف بالتجارة يمكن للعون الاقتصادي المخالف تقديم تظلم للجهة العليا(الوزير المكلف بالتجارة) "[2]".

في حالة اقتراح المصالحة يكون لمخالف إما رفض المصالحة وفي هذه الحالة تحال المحاضر على وكيل الجمهورية المختص لمباشرة الدعوى الجزائية ضد المحترف المخالف، أو قبول المصالحة، وهنا نميز بين حالتين، الحالة الأولى قبول المصالحة وقيمة غرامة المصالحة، وفي هذه الحالة يجب دفع قيمة الغرامة خلال 45 يوم ابتداء من تاريخ الموافقة، والحالة الثانية قبولها مع التحفظ على مبلغ الغرامة المقترح، حيث أجازت المادة 61 من القانون المذكور سابقا للمحترفين المخالفين المعارضة في قيمة غرامة الصلح التي يقترحها الأعوان المحررين لمحضر المصالحة أمام المدير الولائي المكلف بالتجارة في أجل 08 أيام ابتداء من تاريخ تسلم المحاضر لصاحب المخالفة. وفي هذه الحالة خول القانون للمدير الولائي المكلف بالتجارة تعديل قيمة غرامة المصالحة المقترحة من طرف الموظفين المؤهلين الذين حرروا المحضر ولكن بشرط أن تكون في حدود العقوبة المالية المنصوص عليها في القانون 04-02 المذكور سابقا، أو الإبقاء عليها، وهذا أمر جوازي وليس وجوبي للمدير الولائي المكلف بالتجارة.

2- قرار السلطة المختصة

وفي حالة صدور قرار بالموافقة على المصالحة من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة يستفيد المحترف المخالف من تخفيض قدره 20 % من مبلغ الغرامة المطبقة، حيث أن الأعوا ن يقومون باقتراح قيمة غرامة المصالحة المطبقة على الجريمة المرتكبة والتي تكون تتماشى مع حدود العقوبة المالية المقررة للجريمة في القانون 04-02 السالف الذكر، ثم يخفض منها ما قيمته 20 % من قيمة هذه الغرامة المقترحة، وفي حالة عدم دفع الغرامة في أجل 45 يوما ابتداء من تاريخ الموافقة على المصالحة يحال الملف على وكيل الجمهورية المختص إقليميا قصد المتابعة القضائية "[3]".

3- أثار المصالحة

تتمخض عن المصالحة آثار ويعتبر انقضاء الدعوى العمومية الأثر الاساسي بالنسبة للمخالف طبقا للمادة 61 من القانون 04-02 ، وإن كان ما يهم المخالف هو انقضاء الدعوى العمومية ومحو

[1]-أحسن بوسقيعة، **المرجع السابق،** ص 250.

[2]- عبد الحق ماني، **المرجع السابق،** ص135 .

[3]- احسن بوسقيعة، **المرجع السابق،** ص 250.

آثار الجريمة، وبالتالي إذا تمت المصالحة على مستوى الإدارة المختصة قبل إخطار السلطات القضائية فإنه يترتب عنها حفظ القضية على مستوى الإدارة وتحفظ هذه الأخيــرة بالملــف كوثيقة إدارية ولا ترسل أي نسخة منه إلى النيابة، وفي حالة إرسال الملف إلى المحكمة المختصة يكون محضر المصالحة كدليل على انقضاء الدعوى العمومية بالمصالحة، ويحفظ الملف على مستوى المحكمة.

لكن الإشكالية تثور بعد إحالة الملف على المحكمة المختصة، هل تستطيع أن تجرى المصالحة على مستوى المحكمة؟ هنا يصبح وكيل الجمهورية المختص، وليس مدير التجارة وعلى هذا الأساس لابد أن تتم قبل إحالة الملف على المحكمة، إلا أن هناك رأي آخر يرى إمكانية إجراء المصالحة بشرط دفع الغرامة فعليا، وهنا لا تنقضي الدعوى العمومية لكن يستفيد المخالف من إثبات البراءة "[1].

أما أثر المصالحة على المتضرر من الجريمة المرتكبة، سواء كان المتضرر مستهلكا أم محترفا، فلا يمكن للمخالف الاحتجاج عليهم بإجراء المصالحة أمام الجهات الإدارية المختصة، ليتهرب من التعويض عن الضرر الذي لحق بهم. فالصلح لا يؤثر في الطرف المتضرر، ولهذا الأخير الحق في رفع الدعوى المدنية والمطالبة بحقه في التعويض جراء الضرر الذي أصابه أو إبطال العقد أو مطالبة المحترف بتنفيذ التزامه وهذا ما نستشفه من عبارة انقضاء الدعوى الجزائية بمفهوم المخالفة فالدعوى المدنية تبقى قائمة إذا ما باشرها المتضرر.

ثانيا: الصلح في القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

في القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك لم ينص المشرع الجزائري على الصلح، وهذا الشيء الجديد الذي جاء به المشرع الجزائري في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الذي أُلغيَ بموجبه القانون 89-02 السالف الذكر، فما الشروط التي وضعها لإجراء الصلح؟، وما الآثار المترتبة عنه؟.

1- شروط إجراء الصلح

أما الشروط التي جاء بها المشرع الجزائري في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والمتعلقة بالصلح، منها شروط موضوعية وأخرى إجرائية.

أ- الشروط الموضوعية لإجراء الصلح

حددت المادة 87من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الشروط الموضوعية الواجب توافرها، ومنه بين هذه الشروط:

إذا لم تكن هذه المخالفة المسجلة تعرض صاحبها إلى عقوبات أخرى غير العقوبات المالية.

إذا كانت العقوبة لا تتعلق بالتعويض عن الضرر.

[1]- عبد الحق ماني،**المرجع السابق**، ص 136.

في حالة العود:

حالة تعدد المخالفات التي لا يطبق في إحداهما على الأقل إجراء غرامة الصلح"[1].

أما عن الاختصاص فهي من اختصاص الأعوان المذكورين في المادة 25 الفقرة 01 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التي تنص:" يمكن للأعوان المنصوص عليهم في المادة 25 من هذا القانون، فرض غرامة صلح على مرتكب المخالفة المعاقب عليها طبقا لأحكام هذا القانون"[2].

ب-الشروط الإجرائية لإجراء للصلح

أما الشروط الإجرائية للصلح، تتمثل في إنذار المخالف بتسديد غرامة الصلح، دفع الغرامة.

-إنذار المخالف بتسديد غرامة الصلح

فرض غرامة الصلح من اختصاص الأعوان المنصوص عليهم في المادة 25 من القانون 09-03 المذكور سابقا طبقا للمادة 86 من القانون 09-03 السالف الذكر، وبعدها تقوم المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش بتبليغ المخالف بفرض غرامة صلح عليه في أجل لا يتعدى سبعة (07) أيام ابتداء من تاريخ تحرير المحضر، ويكون التبليغ عن طريق رسالة موصى بإشعار بالاستلام، وأن يبين فيه محل إقامة المتدخل المخالف، مكان وتاريخ وسبب المخالفة، مراجع النصوص المطبقة على المخالفة، ومبلغ الغرامة المفروض عليه الذي يقدر ب ــ بمائتي ألف دينار جزائري(200.000 دج) طبقا للمادة 88 الفقرة الأخيرة، كما يجب أن يبين في التبليغ أيضا آجال وكيفيات التسديد طبقا للمادة 90 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش"[3].

والشيء الملاحظ أن المشرع الجزائري في هذا القانون لم يعط الحق للمتدخل المخالف من الطعن في القرار الذي يحدد غرامة الصلح وهذا ما نستشفه من المادة 91 منه :" لا يقبل الطعن في القرار الذي يحدد مبلغ غرامة الصلح" 4، وهذا عكس ما هو في القانون 04-02 المذكور سابقا، الذي كفل للعون الاقتصادي المخالف حقه من الطعن في غرامة ال صلح، وهذا التباين في الأحكام ما يع اب على المشرع الجزائري.

-دفع غرامة الصلح

اوجب المشرع الجزائري بنص المادة 92 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على المخالف أن يقوم المتدخل المخالف بتسديد غرامة لدى قابض الضرائب لمكان إقامته، أو

---

[1] – المادة 87 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

[2] – المادة 25 الفقرة 01 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

[3] – المادة 88 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

[4] – المادة 91 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

مكان ارتكاب المخالفة في أجل الثلاثين (30) يوما التي تلي تاريخ الإنذار. ويكون التسديد دفعة واحدة، مما لا يمكن للمخالف من طلب تجزئة غرامة الصلح على أقساط.

وفي حالة تسديد الغرامة إلى قابض الضرائب في الأجل المحدد، يقوم هذا الأخير بإعلام المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش المعنية بحصول الدفع في اجل عشرة (10) أيام من تاريخ دفع الغرامة. كما يلتزم قابض الضرائب بإرسال جدول إجمالي لإشعارات الدفع المسلمة من طرفه في الأسبوع الأول من كل شهر إلى المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش.

وفي حالة عدم استلام الإشعار في أجل 45 يوما ابتداء من تاريخ وصول الإنذار للمخالف، ترسل المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش الملف إلى الجهة القضائية المختصة إقليميا من أجل المتابعة القضائية للمتدخل المخالف"[1].

إلا أننا هنا نميز بين حالتين، الحالة الأولى أن المخالف قام بتسديد غير أن القابض لم يقم بالعمل المناط به، وهنا الوصل الذي سلم له يوم التخليص يثبت حدوث الدفع، أما الحالة الثانية أن المتدخل المخالف لم يقم بالدفع أصلا فتتم المتابعة القضائية.

2- أثار الصلح

تطبيقا لنص المادة 93 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ففي حالة سداد مبلغ غرامة الصلح في الآجال المحددة، وبالشروط المحددة في المادة 92 تنقضي الدعوى العمومية"[2]، وهو نفس آثر المصالحة في القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مع العلم أن للمستهلك المتضرر من الجريمة الحق في المطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحق به أمام الجهات القضائية المختصة.

وخلاصة القول أن المشرع الجزائري رغم تبيان المصطلحات إلا أن الأثر القانوني لكل من الصلح والمصالحة نفسه، وفي حالة عدم القيام بالطريق الودي، أو رفض المحترف مرتكب الجريمة له يتم اللجوء مباشرة إلى الطريق القضائي، وهو محل الدراسة لاحقا.

الفرع الثاني:الإجراءات القضائية لمتابعة الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام

ويقصد بها المتابعة القضائية، والتي تكون عن طريق تحريك الجهة القضائية المختصة الدعوى العمومية ، ولذا سوف نأتي على تبيان تحريك الدعوى العمومية، مباشرة التحقيق، والفصل في الحكم.

أولا: تحريك الدعوى العمومية

إن تحريك الدعوى العمومية هو البدء في سيرها عند ارتكاب الجريمة، ويتم تحريكها من طرف النيابة العامة والطرف المتضرر، بالإضافة إلى جمعيات حماية المستهلك.

[1] - المادة 92 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

[2] - المادة 93 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

1- النيابة العامة

تحريك الدعوى العمومية ومباشرتها من اختصاص النيابة العامة، ولما كانت كل الجرائم المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام جنح، ووكيل الجمهورية هو ممثل النيابة العامة على مستوى المحكمة، فله الاختصاص بتحريك الدعوى العمومية ومباشرتها.

ف عندما يتلقى وكيل الجمهورية المحاضر والشكاوي التي يرسلها الأعوان ذوو الصفة الضبطية التي يخولها إليه المدير الولائي للتجارة، وبعد فحصها قد يتراءى له أنه لا مجال للسير في الدعوى، فيأمر بحفظها بمقرر يكون قابلا دائما للمراجعة ويعلم به الشاكي في أقرب الآجال، أو مباشرة الدعوى العمومية في دائرة المحكمة التي يقع بها مقر عمله، ويبلغ الجهات القضائية المختصة بالتحقيق بموجب طلب كتابي من أجل إجراء التحقيق. إذن فاختصاص قاضي بالتحقيق يكون بناء على طلب من وكيل الجمهورية، أو عن طريق شكوى مصحوبة بادعاء مدني ضمن الشروط المنصوص عليها في المادة 67 و 73 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، أما في حالة التلبس فيباشر قاضي التحقيق السلطات المخولة له بموجب المادة 57 من القانون المذكور آنفا"[1].

2- المستهلك (الطرف المضرور)

من استقراء المادة 01 الفقرة 02 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، أجاز المشرع الجزائري للطرف المتضرر من جريمة أن يحرك الدعوى العمومية طبقا للشروط المنصوص عليها في القانون المذكور أعلاه، ومنه فالمستهلك الذي تضرر من إحدى الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام يجوز أن يدعي مدنيا، بأن يقدم شكواه أمام قاضي التحقيق المختص "[2]. وهذه مكنة للمستهلك تمكنه من حماية حقه أمام الجهة القضائية المختصة، مما يعفيه من عبء الإثبات الملقى على عاتقه في الدعوى المدنية.

كما يجوز له تقديم شكواه إلى الأعوان ذوي الصفة الضبطية على مستوى الإدارة المختصة، سواء مديرية التجارة الولائية، أو الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش، الذين يتلقون الشكاوي ويبلغوها إلى وكيل الجمهورية، لإجراء المتابعة القضائية.

وفي حالة أن الجريمة كانت محل صلح أو مصالحة، فإن الدعوى العمومية تنقضي، وما للمستهلك الطرف المتضرر إلى اللجوء إلى القسم المدني، للمطالبة بتعويض الضرر الذي لحقه، من هذه الجريمة.

3- جمعيات حماية المستهلك

---

[1] - المادة 29 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري.

[2] - المادة 72 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري.

وأمام تخاذل المستهلك من اللجوء إلى القسم الجزائي للإدعاء المدني بضرر لحقه عن جريمة من جرائم التي تمس بحقه في الإعلام ، نشأت كيانات(جمعيات حماية المستهلك) لتعزيز دور المجني عليه لمواجهة تكتل المنتجين والباعة، وأتاح لها المشرع الدفاع عن مصالح المستهلك أمام القضاء فقد أجاز المشرع الجزائري لجمعيات حماية المستهلك الحق في رفع الدعاوى أمام محكمة مختصة حتى وإن لم يلحق ضررا بالمستهلك على أساس الخطأ الجنائي"[1]".

وفي القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية أجاز المشرع الجزائري لجمعيات حماية المستهلك التأسيس كطرف مدني في الدعاوي للحصول على تعويض الضرر الذي لحقهم طبقا للمادة 65 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المذكور سابقا أمام قسم الجنح "[2]"، وبهذا يكون المشرع الجزائري قد تبنى مفهوما أكثر توسعا عندما مكن الجمعيات المتخصصة في حماية المستهلك من رفع الدعوى المحاكم الجزائية حتى ولو لم يلحق المستهلكين أي ضررا، وهذا حتى لا يقي المخالف لأحكام حماية المستهلك من الجزاء عن اقتراف الجرائم التي تمس بحقوق المستهلك بما فيهم حق المستهلك في الإعلام "[3]". كما نص على هذا الاختصاص لجمعيات حماية المستهلك بالمادة 22 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

ثانيا: مباشرة التحقيق:

المشرع الجزائري نص بالمادة 66 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري على أن التحقيق في الجنح أمر اختياري ما لم ينص عليها في القوانين الخاصة، وفي حالة أن وكيل الجمهورية أمر بالتحقيق، فإن قضاة التحقيق ملزمون باتخاذ جميع إجراءات التحقيق التي يرونها ضرورية للكشف عن الحقيقة، بأدلة الاتهام وأدلة النفي.

ويباشر قاضي التحقيق إجراءات التحقيق عن طريق استجواب المتهم، وسماع الشهود، و الانتقال للمعاينة والتفتيش، وبعد الانتهاء من التحقيق، فإذا كانت تلك الوقائع لا تشكل أي وصف جنائي، أو يستفاد من أسباب الإباحة أو موانع المسؤولية، أو أن الدعوى انقضت بأحد أسبابها يصدر أمر بألا وجه للمتابعة أو بانتفاء وجه الدعوى العمومية طبقا للمادة 163 من قانون الإجراءات الجزائية

---

[1] – هامل الهواري، **دور جمعيات حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية والإدارية**، عدد خاص، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، أبريل، 2005.

[2] – المادة 65 من القانون 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

[3] – ساوس خيرة و مرنيز فاطمة، **حق جمعية المستهلك في التقاضي**، ورقة مقدمة في الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، أيام 13 و 14 أفريل 2008، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، الوادي، الجزائر،2008، ص 252.

الجزائري"[1]". أو أن يأمر بإحالة الملف إلى قسم الجنح في حالة انتهاء التحقيق إلى أن الوقائع تشكل جريمة من الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام"[2]".

ثالثا: المحاكمة

يختص في الفصل في الجرائم المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام قسم الجنح على مستوى المحكمة التي يقع بدائرة اختصاصها محل وقوع الجريمة، أو محل إقامة أحد المتهمين أو محل القبض عليهم طبقا لنص المادة 329 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري.

وتختص المحكمة المطروح عليها النزاع بالفصل في جميع الدفوع التي يبديها المتهم دفاعا عن نفسه، ولها مناقشة أدلة الإثبات، هذه الأخيرة التي تعتبر على سبيل الاستدلال، إلا أن الجرائم المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام، والتي حرر فيها محاضر بالشروط والأشكال القانونية تعتبر ملزمة للقاضي، حتى وإن خالفت قناعته، إلى غاية أن يقيم الدليل على عكسها "[3]"، أو يطعن فيها بالتزوير المادة "[4]".

وعند الانتهاء من التحقيق بالجلسة تسمع أقوال المدعي المدني في مطالباته، و طلبات النيابة، دفاع المتهم طبقا للمادة 353 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري.

وتتشكل جلسة الفصل من قاض فرد وممثل النيابة العامة على مستوى المحكمة، وذلك في جلسة علنية تحت طائلة البطلان طبقا للمادة 341 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، ويقوم رئيس الجلسة بجميع الإجراءات القانونية، ويصدر الحكم في جلسة علنية إما في نفس الجلسة التي سمعت فيها المرافعات، وإما في تاريخ لاحق مع إخبار أطراف الدعوى باليوم الذي سينطق فيه بالحكم، مع التحقق عند النطق بالحكم من حضور الأطراف أو غيابهم. ويمكن استئناف الحكم.

والحكم إما أن يكون بالبراءة إذا كانت الواقعة غير ثابتة أو القانون لا يعاقب عليها، أو بالإدانة وتطبيق العقوبات الجزائية المقررة إذا ثبتت المحكمة توافر أركان الجريمة عن طريق أدلة الإثبات، كما يلزم بالمصاريف القضائية، وللمدان الحق في الاستئناف أمام الجهات القضائية المختصة.

وخلاصة لما تم قوله فالمشرع الجزائري أوجد اختصاص ا إداريا لمراقبة المحترفين، ومنح لموظفيها صفة الضبطية القضائية وأقر لهم حماية من أجل البحث والتحري على الجرائم التي تمس بحق المستهلك، وعند الوقوف على الجريمة يقومون بتحرير المحاضر التي اعترف لها بالقوة الثبوتية، كما رخص المشرع الجزائري للسلطة الإدارية المتمثلة في مديرية التجارة بإجراء المصالحة مع الحترف المرتكب لجريمة عدم الإعلام بالأسعار وجريمة عدم الإعلام بشروط البيع، كما خول للأعوان

---

[1] – المادة 163 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري.

[2] – المادة 164 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري.

[3] – المادة 31 من القانون رقم 09–03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

[4] – المادة 58 من القانون 04–02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

المؤهلون في الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش إجراء الصلح مع المخالف في جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم، وفي حالة عدم قبول المحترف مرتكب المخالفة المصالحة، ترسل المحاضر إلى الجهة القضائية للقيام بالمتابعة القضائية، التي تتم بنفس الإجراءات المتبعة في باقي الجرائم الأخرى.

المبحث الثاني: المنظمات الحكومية وغير الحكومية ودورها في حماية وترقية حق المستهلك في الإعلام

المنظمات هي " مجموعة من الأفراد لهم هدف معين، يستخدمون طريقا أو أكثر للوصول إليه والمنظمة هي شخصية اعتبارية لها كيانها المستقل عن الأفراد المكونين لها، وتدار بواسطة مجلس إدارة منتخب بواسطة الجمعية العامة للأعضاء في العادة ....." [1]

وتنقسم المنظمات إلى نوعين منظمات حكومية وهذا ما سيتم التطرق إليه في المطلب الأول ومنظمات غير حكومية التي سنتناولها في المطلب الثاني.

المطلب الأول: دور المنظمات الحكومية في حماية وترقية حق المستهلك في الإعلام

وتنقسم المنظمات الحكومية الخاصة بحماية وترقية حق المستهلك في الاعلام إلى منظمات دولية ومنظمات وطنية.

الفرع الأول: المنظمات الحكومية الدولية لحماية وترقية حق المستهلك في الإعلام

وسنتناول في هذا الفرع تعريف هذه المنظمات وذكر بعض من أدوارها في حماية حق المستهلك في الإعلام.

أولا: تعريف المنظمات الحكومية الدولية في حماية و ترقية حق المستهلك في الإعلام

المنظمات الدولية الحكومية تنشئها الدول، باتفاقية دولية فيما بينها، وأعضاؤها دول (فيما عدا حالة واحدة شاذة، هي حالة منظمة العمل الدولية التي أشركت منظمات العمال وأصحاب العمل مع الدول، وتتمتع بالشخصية القانونية الدولية أي تتلقى الحقوق والالتزامات الدولية من القانون الدولي مباشرة، وتشارك في وضع قواعد القانون الدولي من خلال الاتفاقيات والأعراف الدولية، وتخضع إلى سلوكها لقواعد القانون الدولي، ولا تخضع للقوانين الداخلية للدول وهي على عدة أشكال،ومنظمات حماية المستهلك إحدى هذه المنظمات ونذكر هنا مثلا المنظمة العالمية للمستهلك ، علما ان عدد الدول التي لها علاقات معها بلغ عام 2011 مايزيد عن 115 دولة ويشارك باعمالها مايزيد عن 220 عنصر."[2]"

---

[1]- جميل عودة، **المنظمات الحكومية والمنظمات غير الحكومية**، مركز الإمام الشيرازي للدراسات والبحوث، شبكة النبأ المعلوماتية 26 أكتوبر2008، ص 01، على الموقع الالكتروني التالي : http://shrsc.com

[2]- المنظمة العالمية للمستهلك، منشور على: le 13/12/2011 http://www.consumersinternational.org/who-we-are

وذلك نذكرمثلا الاتحاد العربي لحماية المستهلك وتم تأسيس الاتحاد العربي للمستهلك سنة 1998من قبل الدول العربية التي أسست فيها جمعية حماية المستهلك ."[1]"

ثانيا: دور المنظمات الدولية في حماية وترقية حق المستهلك في الإعلام

وسوف نتحدث هنا على أهم منظمتين حكومتينن دوليتين فاعلتين في هذا المجال ونبدأ بــ:

أ- دورالمنظمة العالمية لحماية المستهلك

- دعم انشاء جمعيات حماية المستهلك في مختلف دول العالم.

- العمل باسم المستهلكين في العالم ونيابة عنهم لتمكينهم من حقهم في: التغذية وماء الشرب والخدمات اللازمة .

- تطوير التعاون الدولي من خلال القيام بالتحاليل المقارنة للمواد والخدمات وتبادل نتائج التحليل والخبرات

- تحسين المواصفات والخدمات وبرامج تثقيف المستهلكين اينما كانوا في العالم

- اعتماد المنظمة الدولية كهيكل لتبادل المعلومات والمجلات والنشرات الدورية التي تهم حماية المستهلك

- إقامة علاقات جيدة مع المنظمات الدولية ذات العلاقة لتمثيل المستهلكين والدفاع عن مصالحهم لديها."[2]"

ب- دور الاتحاد العربي للمستهلك

- توفير الحماية للمستهلك العربي من المنتجات وعمليات الانتاج والخدمات التي تؤدي الى مخاطر على صحته وحياته والدفاع عن مصالحه .

- تزويد المستهلك بالمعلومات الكافية عن كافة السلع والخدمات مما يمكنه من ممارسة حقه في الاختيار من بين سلع وخدمات متعددة تتفق ورغباته واحتياجاته وإمكانياته الشرائية .

- حماية المستهلك العربي من الاعلانات المضللة التي تبث من خلال مختلف وسائل الاعلام .

- إلزامية وجود بطاقة البيان على السلع بشكل واضح وصحيح ومطابق للواقع.

- تمثيل المستهلك أثناء وضع السياسات الحكومية ذات العلاقة بالمستهلك بما يضمن تطوير المنتجات والخدمات وضمان جودتها والحصول على الخدمات الضرورية له (الغذاء الماء الكساء المآوى والخدمات الصحية والتعليمية) والتعويض عليه في حال وقوع الضرر وتوعيته لممارسة حقه في

[1]- الاتحاد العربي لحماية المستهلك، منشور على: le 13/12/2011 http://consumersarab.org

[2]- المنظمة العالمية للمستهلك، منشور على: le 13/12/2011 http://www.consumersinternational.org/who-we-are

الاختيار وإتباع الاستراتيجيات لترشيد استهلاكه والعيش في بيئة صحية وسليمة خالية من الاخطار له وللاجيال القادمة .

– حث الأقطار العربية على انشاء جمعيات او منظمات لحماية المستهلك واتاحة الفرص للمستهلكين العرب .

– التعاون والتنسيق بين الجمعيات والمنظمات العربية المعنية بحماية المستهلك وتبادل المعلومات الارشادية التي تهدف الى توعية المستهلك (مجلات نشرات. 0) وعقد ندوات ومؤتمرات واصدار مجلة عربية حول حماية المستهلك، وترسل الدراسات والبحوث التي تعني به المستهلك العربي .

– بتادل المعلومات حول السلع والخدمات المستوردة أو المنتجة محليا والتي تبين فسادها او عدم جودتها او كونها مقلدة حماية للمستهلكين .

– اتاحة الفرصة للدول العربية للاستفادة من خدمات المخابر وتعزيز التعاون فيما بينها وبين الاتحادات الاقليمية والعالمية .

– تشجيع استهلاك السلع والمواد المنتجة في الاقطار العربية وتحسين جودتها والسعي لتقارب التشريعات والقوانين العربية المتعلقة بحماية المستهلك. "[1]"

الفرع الثاني: المنظمات الحكومية الوطنية في حماية وترقية حق المستهلك في الإعلام

سنتناول من خلال هذا الفرع تعريف هذه المنظمات وذكر بعض من أدوارها في حماية حق المستهلك في الإعلام.

أولا: تعريف المنظمات الحكومية الوطنية لحماية وترقية حق المستهلك في الإعلام

المنظمات الحكومية هي منظمات وطنية تابعة للحكومات تمارس نشاطها في قطر الدولة أي في إطار حدود الوطن كما أنها تابعة للدولة من حيث تمويل والتسيير وبها أننا نتحدث عن المنظمات الحكومة الوطنية المختصة في محال حق قهم في الإعلام في الجزائر لهذه المنظمات موجودة في الجزائر وهي تابعة للدولة من حيث تمويلها وتسرها كما أن عملها مختص بحماية حق المستهلك فضل المنظمة الوطنية لحماية المستهلك المنظمة و لمراقبة النوعية والجودة.

ثانيا: دور المنظمات الحكومية الوطنية في حماية وترقية حق المستهلك في الإعلام

إعلام المستهلك داخل الوطن بمواصفات المنتوج.

–إعطاء تعليمات للمستهلك المحلي حول مكونات المنتوج.

–معاقبة المفتحين الذين لا يحترمون معايير النوعية والجودة، إعلام المستهلك المحلي بهذه الجهات حتى يحترز من هذه الجهات ومنتجاتها نوعية المستهلك المحلي وذلك تنظيم ندوات وأيام وظنية حول الاستهلاك وشروطه.

---

[1] الاتحاد العربي لحماية المستهلك: le 13/12/2011 http://consumersarab.org

-تنظيم حملات لمراقبة السلع والمنتوجات وإعلام المواطن المحلي بنتائج هذه الحملات وذلك حتى يصبح المواطن على علم بالسلع والمنتوجات الجيدة والرديئة." [1]"

المطلب الثاني: دور المنظمات غير الحكومية في حماية وترقية حق المستهلك في الإعلام

يشير مفهوم المنظمات غير الحكومية الى مجموعة المنظمات التي تقع بين الحكومة والقطاع الخاص، مستقلة نسبيا عن الدولة، لا تهدف إلى الربح، تنظم بواسطة مجموعة من الافراد بها هيل تنظيمي وشخصية إعتبارية قانونية، تسعى للتأثير في السياسات العامة للدولة ."[2]"

كما عرفها البنك الدولي: " على أنهاالمنظمات غير الحكومية تتضمن العديد من الجماعات والمؤسسات المستقلة عن الحكومة ولها أهداف إنسانية أو تعاونية أكثر من كونها أهدافا تجارية أي أنها وكالات خاصة تقوم بدعم التنمية الدولية وتأخذ شكل جماعات دينية منظمة إقليميا أو قوميا أو جماعات تنشأ في القرى."[3]"

إذن هي المنظمات المستقلة التي ينشئها المواطنون في المجتمعات الديمقراطية لخدمة المجتمع الذي يعيشون فيه ويساعدون عن طريقها الحكومة في عملها أو يقومون بأعمال أخرى لا تقوم بها الحكومة، ولا تخضع هذه المنظمات لسيطرة الحكومة ولهذاسميت بالمنظمات غير الحكومية.

وبحكم موضوعنا فإننا سوف نتحدث عن المنظمات غير الحكومية المعنية بـحماية وترقية حق المستهلك، والتي أُنشأت نظرا لعجز أوغياب الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك التي تضعها الدولة، فإنه في أغلب الأحيان لا تفي بالغرض الذي أنشأت من أجله، الأمر الذي يجعل المستهلك غير قادر على الدفاع عن حقوقه بمفرده وعدم تمكنه من إثبات الضرر الحاصل له، فكان من الضروري البحث عن جهاز يتولى متابعة مدى تطبيق قواعد حماية المستهلك، وهذا بوضع تكتلات للمستهلكين

وهي تنقسم إلى منظمات غير حكومية عالمية تنشط على المستوى العالمي، ومنظمات غير حكومية وطنية تنشط على المستوى الوطني.

الفرع الأول: دور المنظمات غير الحكومية العالمية في حماية وترقية حق المستهلك في الإعلام

سنتناول في هذا الفرع أهم ماجاءت به المنظمات غير الحكومية العالمية في حماية حق المستهلك في الإعلام كما يلي:

---

[1]-عبد الفتاح الحملاوي، **المستهلك الجزائري**، جريدة النهار، عدد 07 ديسمبر2010، الجزائر.

[2]- ناجي عبد النور، **دور منظمات الجتمع المدني في تحقيق الحكم الرشيد في الجزائر" دراسة حالة الاحزاب السياسية**"، مجلة المفكر، العدد الثالث جامعة بسكرة،ص4.

[3]- **نفسه**، ص 185.

أولا:تعريف المنظمات غير الحكومية العالمية في حماية وترقية حق المستهلك في الإعلام

وهي تلك المنظمات المستقلة عن الحكومات لاتهدف إلى الربح، تنظم بواسطة مجموعة من الافراد بها هيكل تنظيمي وشخصية إعتبارية قانونية، و تنشط على المستوى العالم، ويوجد عدة منظمات عالمية غير حكومية تهتم بحماية وترقية حق المستهلك.

ثانيا:دور المنظمات غير الحكومية العالمية في حماية وترقية حق المستهلك في الإعلام

لعل من أهم هذه الاهتمامات ما سيتم ذكره أدناه:

1- تقديم المعلومات اللازمة وتوعية المستهلك

تضطلع هذه المنضمات بدورها إلى تقديم المعلومات التي يحتاجها المستهلك في صيغة مبسطة ومفهومة وتقديم المعونة التي يحتاجها المستهلك إلى من يساعده ويدافع عن حقوقه وتؤدي هذا الدور من خلال الارتقاء بوعي المستهلك وثقافته الاستهلاكية، وشرح أساليب الغش وكيفية رصد ظواهر، ومعاونة أجهزة الرقابة الرسمية على التعرف على مظاهره، وتنظيم أساليب إبداء الاعتراض على السلوك الضار بالمستهلك، وتشجيع المستهلكين على مقاطعة السلع التي لا يلتزم منتجوها بالمواصفات.

2-مساندة المستهلك في الحصول علي حقوقه

من أهم وسائل مساعدة المستهلك ومساندته عند وجود نزاع بينه وبين مقدم السلعة أو الخدمة هو العمل على تحسين التشريعات الخاصة بحماية حقوق المستهلك والتي تمكنه من اللجوء إلى القضاء للحصول على حقه، فهذه المنظمات تتولى تمكين المستهلك من حق التقاضي والحصول على تعويضات، والدفاع عن حقوق المستهلك في مواجه ة المنتجين، وحمايته من الدعاية الزائفة أو المعلومات غير المطابقة للحقيقة.

وهناك العديد من الدوافع التي تستدعي اهتمام المنظمات غير الحكومية بها ومنها ما تم ذكره.

الفرع الثاني: دور المنظمات غير الحكومية الوطنية في حماية وترقية حق المستهلك في الإعلام(جمعيات حماية وترقية حق المستهلك بالجزائر)

تقوم المنظمات غير الحكومية الوطنية في الجزائر بما يلي:

أولا: إقرار جمعيات حماية المستهلك في التشريع الجزائري

اعترف المشرع الجزائري بدور جمعيات حماية المستهلك بموجب القانون رقم 89-02 الصادر في 07 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الملغى بموجب القانون رقم 09-03

المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش،أما فيما يخص إنشاء الجمعيات وتنظيمها وسيرها فقد نظمه المشرع بموجب القانون رقم 90-31 المتعلق بالجمعيات."[1]

كما كان لتراجع دور الدولة في الحقل الاقتصادي وغياب أو عجز الهيئات والأجهزة الحكومية عن حماية المستهلك، لذلك كان السبيل الوحيد لضمان حق المستهلك في الحماية هو إنشاء هذه الجمعيات للدفاع عن مصالحه، إذ هناك من الممارسات ما تمس مباشرة بالمصلحة الشخصية للمستهلك وهناك تلك التي تمس بالمصالح العامة أو الجماعية للمستهلكين، فكانت الجمعية خير وسيلة يختارها المستهلك طواعية لما لها من أثر كبير وفعال في الدفاع عن مصالح المستهلكين."[2]

إذ تم الاعتراف لها بالمنفعة العامة وكذا تمتعها بالشخصية المعنوية والأهلية المدنية بمجرد تأسيسها عملا بأحكام المادة 16 من القانون ذاته.

كما اعترف لها بمزاولة نشاطها سواء على المستوى الوطني أو على المستوى المحلي في إطار الدفاع عن جماعة المستهلكين وتوعيتهم وترقيتهم، إذ تلعب دورا وقائيا وتربويا وإعلاميا في مجال حماية المستهلك، ولها في ذلك الوسائل الإعلامية المختلفة، وقد أعطاها المشرع الجزائري الحق في القيام بكل الدراسات المتعلقة بالاستهلاك ونشرها على نفقتها وتحت مسؤوليتها، وهناك وسيلتان تلجأ إليها عادة جمعيات حماية المستهلكين لتحقيق أهدافها، وهما الدعاية المضادة والمقاطعة" [3]"

بالإضافة إلى ذلك فإنها تلعب دور جد فعال في التحسيس والتوعية، إذ يعتبر ذلك من الواجبات الأساسية في تبيان المخاطر التي تهدد صحة وأمن المستهلك هذا من جهة ومن جهة أخرى فقد سمح لها القانون حق الدفاع عن الحقوق والمصالح المشتركة للمستهلكين قصد الحصول على التعويض وذلك بعد رفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي خالف القانون أمام الجهات القضائية المختصة والجهات الإدارية المعنية" [4]"، وعليه هدف جمعية حماية المستهلك هو حماية المستهلكين والدفاع عن مصالحهم فتعتبر إذن شخصا معنويا مع أنها أصبحت لا تخضع للإجراءات الخاصة بالاعتماد، فتكفي أن تقدم تصريحا عاديا يقدمه أعضاؤها إما لدى الوالي إذا كان نشاطها الإقليمي يضم أكثر من بلدية لنفس الولاية، وإما لدى وزير الداخلية بالنسبة للجمعية الوطنية." [5]"

وما زاد في نجاح ذلك هو الاعتراف لجمعيات حماية المستهلك في التأسيس أمام الجهات القضائية كطرف يطالب بحق المستهلك المضرور من الممارسات المنافية للمنافسة أو الممارسات التجارية غير المشروعة، بالرغم من انه كان في بداية الأمر ترفض مثل هذه الطلبات نظرا لغياب

---

[1] قانون رقم 90-31 مؤرخ في 04 ديسمبر 1990 المتعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية عدد53، الصادر سنة 1990.

[2]- أحمد محمد محمود خلف، **المرجع السابق**، ص 72.

[3]- بختة موالك، **الحماية الجنائية في التشريع الجزائري**، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية، العدد02، 1999، ص 63.

[4]- هامل الهواري، **دور الجمعيات في حماية المستهلك**، مجلة العلوم القانونية والإدارية عدد خاص، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2005، ص 226.

[5] – بوروبة ربيعة، **حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، الجزائر، 2007-2008، ص 72.

الصفة في التقاضي، إذ من المعلوم أن شرط الصفة أحد شروط قبول الدعوى المدنية أمام القضاء ومقتضاه أنه لا دعوى بدون مصلحة وشرط الصفة مقدم على شرط المصلحة حيث لا تقبل الدعوى المدنية إلا ممن أصابه ضرر شخصي من الجريمة."[1]"

ثانيا:أساليب الجمعيات في حماية وترقية المستهلك بالجزائر

تتخذ جمعيات حماية المستهلكين عدة طرق من أجل حماية المستهلك ومن أهم تلك الطرق

1-التدخل الوقائي لحماية حق المستهلك في الإعلام

يقصد بالتدخل الوقائي ذلك الإجراء الذي تباشره جمعيات حماية المستهلك قبل المساس بصحة وأمن المستهلك قصد ضمان أمنه وسلامته من الممارسات التي قد تشكل خطر عليه، إذ غياب الوعي الاستهلاكي بما يتناسب مع مقتضيات الحياة قد يجعل الكثير من المستهلكين يجهلون حقوقهم." [2]"

كذلك إلى جانب سعي العديد من المحترفين في تحقيق أكبر ربح ممكن ولو كان ذلك على حساب أمن وصحة المستهلك، الأمر الذي يتطلب وجود متابعة مستمرة لهذه الجمعيات قصد التحسيس والإعلام ومراقبة الجودة والأسعار.

أ- حماية المستهلك من خلال التحسيس والإعلام

يجب على جمعيات حماية المستهلك تحسيس المستهلك وتوعيته عن كل المخاطر والممارسات الاقتصادية التي قد تهدد أمنه وصحته، وتشمل هذه التوعية عدة مجالات منها:

- توعية المستهلك وتحسيسه بضرورة الامتناع عن تناول المواد الغذائية في الأماكن التي تفتقد للنظافة أو غير معبئة بشكل قانوني.
- منع شراء السلع التي لا تحتوي على وسم أو مكان صنعها.
- منع استهلاك المواد التي لا توجد على متنها تاريخ الصنع وكذا تاريخ نهاية الصلاحية.
- منع استهلاك المواد التي يعرف على أنها مقلدة وأن العلامة الموضوعة على متنها مزيفة.

تسعى جمعيات حماية المستهلك في ذلك إلى استعمال وسائل الإعلام المختلفة مثل التلفزيون والإذاعة والإشهار وتنظيم المحاضرات وتعليق الملصقات والمطبوعات حتى تكون على اتصال مباشر بالمستهلك لكي تلم بانشغالاته، كما أن أسلوب التحسيس لا يقتصر على المستهلك فحسب وإنما يجب أن يصل لأصحاب القرار ومثال ذلك أن تقوم هذه الجمعيات بإخطار مجلس المنافسة عن كل ماله سواء بالمنافسة أو كل ما من شأنه أن يهدد صحة وأمن المستهلك حيث نصت المادة 35 وفقرة 02 من القانون رقم 08-02 المتعلق بالمنافسة أنه "يمكن أن تستشيره أيضا في المواضيع نفسها الجماعات المحلية والهيئات الاقتصادية والمالية والمؤسسات والجمعيات المهنية والنقابية وكذا جمعيات

---

[1]- أحمد فتحي سرور، **الوسيط في قانون الإجراءات الجنائية**، ط7، طبعة نادي القضاة، بدون بلد نشر، 1993، ص 230.

[2] – أحمد محمد محمود خلف، **المرجع السابق**، ص 509.

المستهلكين"[1] وبالتالي فيفهم من نص المادة إمكانية جمعيات حماية المستهلك العمل مع مجلس المنافسة من أجل تعزيز الدور الإيجابي للمنافسة ومنع كل ممارسة قد تؤدي إلى الإضرار بالمستهلك، كما تعمل هذه الجمعيات على اقتراح سن بعض القوانين في إطار حماية المستهلك من الآثار السلبية للمنافسة، كما لهذه الجمعيات العمل بالتنسيق مع مختلف الأجهزة الأخرى سواء كانت إدارية أو قضائية من أجل ضمان الدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلكين، إذ يمكن لها أن تطلع مثلا معهد الملكية الصناعية عن التجاوزات والتقليد الذي يطرأ على العلامات أو كذا معهد التقييس فيما يخص الجودة.

كذلك لا يقتصر دور ومهام جمعيات حماية المستهلك على تحسيس المواطنين وأصحاب القرار حول مخاطر الاستهلاك فقط، بل يمتد دورهم إلى المشاركة في إعداد سياسة الاستهلاك بحضور ممثلي الجمعيات في الهيئات الاستشارية كالمجلس الوطني لحماية المستهلك، وهو ما يسمح لهم بالتعبير عن أهدافها وتشجيع الحوار والتشاور مع السلطات وبعضوية في المجلس الوطني للتقييس والتمثيل في المجلس الجزائري لاعتماد أجهزة تقييم المطابقة وذلك يعتبر شكلا آخر لمشاركة الجمعيات"[2] إلى جانب دور الجمعيات في التحسيس والإعلام فإنها تلعب دورا لا يقل أهمية ألا وهو:

- دعم إنشاء جمعيات حماية المستهلك في مختلف دول العالم.
- العمل باسم المستهلك في العالم نيابة عنهم لتمكينهم من حقهم في التغذية وماء الشرب والخدمات اللازمة.
- تطوير التعاون الدولي من خلال القيام بالتحاليل المقارنة للمواد والخدمات وتبادل نتائج التحليل والخبرات.
- تحسين المواصفات والخدمات وبرامج تثقيف المستهلك أينما كان في العالم.
- اعتماد المنظمة الدولية كهيكل لتبادل المعلومات والمجلات والنشرات الدورية التي تهم حماية المستهلك."[3]
- إقامة علاقات جيدة مع المنظمات الدولية ذات العلاقة لتمثيل المستهلكين والدفاع عن مصالحهم.

ب- حماية المستهلك من خلال مراقبة الأسعار والجودة

تلعب هذه الجمعيات دورا هاما في متابعة الأسواق وذلك بمراقبة مدى احترام إجراءات إشهار الأسعار، وكذا مدى مطابقة السلع للجودة، ويشبه هذا الدور ذلك الذي تلعبه مصالح مراقبة الجودة وقمع الغش والأسعار، إذ اعترف لها المشرع الجزائري بالمنفعة العامة بمجرد تأسيسها وفق التنظيم الساري العمل به قصد تفادي المخاطر التي تهدد صحة وسلامة المستهلك.

---

[1] – المادة 35 من القانون رقم 08-02 المتعلق بالمنافسة.

[2] –علي بولحية بن بوخميس، **المرجع السابق**، ص 66 و67.

[3]– أحمد العثيم، **أهمية جمعيات حماية المستهلك في ظل تزايد ظاهرة الغش التجاري عالميا**، مقال منشور على موقع ص01.
http://mnect.com/vb/showthread.php?p=90

وبالتالي فهذا الدور الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك أكثر من ضرورة، وهذا بسبب انفتاح أسواق السلع والخدمات على المستهلكين سواء منتجين وطنيين أو منتجين أجانب، حيث تعمل على مساعدة الأجهزة الرسمية التابعة للدولة، ويتجاوز هدفها مجرد الدفاع عن حقوق المستهلك إلى تحقيق نوع من التوازن بين مصالح المستهلك ومصالح المحترف، فمن جهة تشجع المحترف على عرض منتوجات صالحة وسليمة ذات نوعية جيدة وصحية. ومن جهة أخرى ضمان حقوق المستهلك في استهلاك منتوج لا يشكل خطر على صحته أو يهدد حياته." [1]"

وبالرغم من الدور الإيجابي الذي تلعبه الجمعيات في حماية المستهلك في مراقبة السوق وتوعية المستهلك، فإنه من جهة أخرى لا تخلو هذه العملية من المخاطر، إذ في غالب الأحيان يكون الأعوان المكلفين من طرف هذه الجمعيات محل اعتداء وضغوطات بعض المنتجين الذين لا يشغل بالهم إلا الربح ولو على حساب المستهلك، إذ أن غياب نظام قانوني يضمن لأعضاء الجمعية القيام بمراقبة الأسعار والجودة ميدانيا، يزيد من تضييق نشاطها الأمر الذي يؤثر على حقيقة في ظهور هذه الجمعية ميدانيا في أغلب الأحيان.

نقترح في هذا المجال تدعيم دور الجمعيات بالتوسع في مهامها إلى محاربة الغش ومراقبة الأسعار مثل مديرية المنافسة، وذلك لأن الجمعيات أقرب للمستهلكين، كذلك العمل بنظام العلامة النقابية كما هو معمول به في النظام الفرنسي، مع توسيع دائرة التشاور في هذا الصدد بين جمعيات حماية المستهلك وكذا مختلف القطاعات والأجهزة الأخرى قصد الوصول إلى حماية كاملة للمستهلك وخاصة في مجال حماية حقه في إعلام صادق.

3- التدخل الدفاعي لحماية المستهلك

يقصد بالتدخل الدفاعي الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك ذلك الإجراء الذي تباشره أمام الجهات القضائية في حال الإضرار بجماعة المستهلكين، أو القيام بأعمال أكثر صرامة في مواجهة المحترفين وعليه:

أ- الدفاع عن مصالح المستهلك أمام الجهات القضائية

لقد سمح المشرع الجزائري في منح الحق لهذه الجمعيات في الدفاع عن حقوق ومصالح المستهلك أمام الجهات القضائية.

وتجدر الإشارة أنه حتى تتمكن جمعيات حماية المستهلك من ممارسة حقها في الدفاع أمام الهيئات القضائية، فإنه من الضروري أن تكون معتمدة من قبل السلطات العامة." [2]"

[1] – هامل الهواري، **المرجع السابق**، ص 224.

[2]– زوبير أرزقي، **المرجع السابق**، ص 210–211.

وهذا حسب المادة 16 فقرة 2 من القانون رقم 90-31 والتي نصت على أن الجمعية لها الحق في أن تمثل أمام القضاء وتمارس خصوصا أمام المحاكم المختصة حقوق العرف المدني، بسبب وقائع لها علاقة بهدف الجمعية وتلحق ضررا بمصالح أعضائها الفردية أو الجماعية بالرجوع إلى أحكام القانون المتعلق بالمنافسة، فقد أعطى المشرع دور جد فعال لجمعيات حماية المستهلك وذلك نظرا لما تقوم به من حملات التوعية والدفاع عن مصالح المستهلكين خاصة في ظل المنافسة، فقد أدخل ضمن التشكيلة الجديدة لمجلس المنافسة ممثلين عن هذه الجمعيات حيث تنص المادة 10 من القانون رقم 08-12 المعدلة للمادة 24 من الأمر رقم 03-03 في فقرتها الثالثة على أنه يضم مجلس المنافسة عضوان مؤهلان يمثلان جمعيات حماية المستهلكين، أما عن الدور الذي يلعبه هاذين الممثلين لجمعيات حماية المستهلك، فلا يستبعد من تقديم آراء وإبداء اقتراحات حول كل ما له علاقة بالاستهلاك أو المساهمة في عمليات التحقيقات التي يجريها المجلس في حال إخطاره بوجود ممارسة غير نزيهة تهدد أمن وسلامة المستهلكين.

فيمكن أن تتأسس جمعيات حماية المستهلك كطرف مدني" [1]" وتطالب بحقوق لصالح المستهلكين، ولكن لابد من شروط وأهمها أن تكون هناك مخالفة للقانون الجنائي: حتى يتسنى لجمعيات حماية المستهلك الإدعاء مدنيا أمام القضاء الجزائري، ينبغي أن يكون التصرف الذي قام به المحترف جريمة معاقب عليها جزائيا، أي وقوع الجريمة سواء كانت جناية أو جنحة طبقا لنص المادة 72 من قانون الإجراءات الجزائية."[2]"

كما يمكن لجمعيات حماية المستهلك الحق في الانضمام إلى الدعاوى المرفوعة مسبقا من قبل المستهلك أو ما يسمى بالتدخل الانضمامي في الخصومة، حيث نصت على ذلك المادة 194 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية على أنه: "يكون التدخل في الخصومة في أول درجة أو في مرحلة الاستئناف اختياريا أو وجوبيا.

لا يقبل التدخل إلا من توفرت فيه الصفة والمصلحة " [3]" أما المادة 198 فقرة 1 منه تنص على أنه: " يكون التدخل فرعيا عندما يدعم ادعاءات أحد الخصوم في الدعوى "[4]"

كما أنه حسب المادة 23 من نفس القانون السالف الذكر فإنه يمكن لجمعية حماية المستهلك رفع دعاوى للدفاع عن المصالح الفردية لمجموعة من المستهلكين.

---

[1]- تنص المادة 23 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه عندما يتعرض المستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك، يمكن جمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني"

[2]- الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق لــ 08 يونيو سنة 1966 يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، معدل ومتمم المادة 194 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية المادة198 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية.

[3] – الامر رقم 66-155 المؤرخ في 18صفر 1386 الموافق ل 8 يونيو 1966 يتضمن قانون الاجراءات الجزائية، معدل و متمم للمادة194 من قانون الاجراءات المدنية و الادارية.

[4] – المادة 198 من القانون الاجراءات المدنية و الادارية.

إن الطريق القضائي الذي تتخذه جمعيات حماية المستهلك لا يضمن دائما حماية المصالح الجماعية للمستهلكين وهذا لبطء الإجراءات وقد لا تملك الجمعية السيولة المالية الكافية لمباشرة جميع الدعاوى المتعلقة بالمستهلك،"[1] وحتى لو تقدمت إلى القضاء فإنه في الغالب لا يجني فائدة واسعة نتيجة صدور أحكام بالتعويض رمزية، الأمر الذي دفع بالمشرع إلى الاعتراف لها بحقها في الحصول على المساعدة القضائية طبقا لنص المادة 22 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش (09-03).

وقد تقوم جمعيات حماية المستهلك إلى اللجوء إلى استعمال وسائل أخرى لا تقل أهمية إلى جانب الدعاوى القضائية، ولعل أهم الوسائل التي تتخذها هذه الجمعيات هي الدعوى المقاطعة وكذلك اللجوء إلى الإشهار المضاد.

ب- الدعوى إلى المقاطعة أو إلى الإشهار المضاد

قصد تحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك فإنه يمكن لجمعيات حماية المستهلك من اللجوء إلى استخدام وسائل أخرى وهذه الوسائل تكمن في كل من الدعوة إلى مقاطعة السلع المغشوشة والمقلدة، وكذلك الدعوى إلى الامتناع عن اقتناء المنتوج بغرض دعاية مضادة عليه في مواجهة المحترفين .

- الدعوى إلى المقاطعة

يتمثل أسلوب المقاطعة في التعليمة التي توجهها جمعية حماية المستهلك لكافة المستهلكين لأجل حثهم على الامتناع عن اقتناء منتجات أو خدمات تحمل علامة مقلدة، وما يلاحظ على القضاء أنه تردد في موقفه بهذا الخصوص لما لها من عواقب وخيمة، فيرى بأنه يكفي وضعها كأسلوب تهديدي، فالخشية منها كافية لردع وجعل المنتجين يحترمون الرغبات المشروعة للمستهلكين."[2]

أما في ما يخص القانون الجزائري لا يتضمن نص يمنع أو يجيز المقاطعة فيمكن مقارنتها بالإضراب عن العمل لأن القانون لا يعاقب المستهلكين الذين يرفضون الشراء فالقانون لا يعاقب على رفض الشراء، وإنما يعاقب على رفض البيع."[3]

والمقاطعة هي دعوة المستهلكين إلى عدم التعامل مع منتجي بعض السلع التي ترى فيها خطورة يهدد صحتهم وسلامتهم،"[4] في الحين يعتبرها البعض نوع من النوعية والتحسيس لعدم شراء سلعة معينة لارتفاع سعرها أو لعدم جودتها."[5]

---

[1]- قندوز خديجة، **المرجع السابق**، ص 163.
[2]- السيد محمد السيد عمران، **المرجع السابق**، ص 160.
[3]- بوروبة ربيعة، **المرجع السابق**، ص 75.
[4]- ب. موالك، **المرجع السابق**، ص 63.
[5]- قندوز خديجة، **المرجع السابق**، ص 163.

يبقى نجاح الدعوى إلى المقاطعة مرهون بمدى استجابة المستهلك لها، فلا يمكن أن تصل هذه الدعوى إلى الغاية المرجوة في الحين لا أحد يؤيدها أو يستجيب لها مهما كانت المنتوجات التي أدت بالجمعية إلى طلب مقاطعتها.

فأمام هذه الآراء فإننا نقول بأن المقاطعة هو ذلك الإجراء الذي تقوم به جمعيات حماية المستهلك في مواجهة بعض المحترفين نظرا لما يتم إنتاجه من سلع سواء كان ذلك بسبب عدم مطابقة المنتوجات للجودة والمقاييس القانونية أو أن تلك المنتوجات تمس بالمصالح الأساسية للمستهلك.

أغلب الجمعيات الموجودة في الجزائر تكاد لا تعرف أو يسمع لها صوت، إذ أنها لا تزيد المستهلك حماية ولا تدفع عنه بلية، الأمر الذي قد يكون منعدم في إطار ممارسة أسلوب المقاطعة، عكس الجمعيات المكلفة بحماية المستهلك في الدول الأوربية.

نشير أن جمعيات حماية المستهلك لها الحق في اللجوء إلى القضاء الاستعجالي لوقف العمل غير المشروع الذي يمس بالمصلحة الجماعية التي تمثلها هذه الجمعيات." [1]"

-الإشهار المضاد

يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تباشر إجراءات أخرى إلى تلك المذكورة سابقا وذلك باتخاذ أسلوب أخر للتنديد بالممارسات غير النزيهة للمحترفين.

وبالتالي لمنع الإضرار بالمستهلك فقد تقوم هذه الجمعيات بمواجهة فئة المحترفين بالقيام بإشهار مضاد ضد كل سلعة أو خدمة موجهة للمستهلك.

إن الهدف من الإشهار المضاد وقائي لأنه يعمل على كشف حقيقة السلعة أو الخدمة، فإنه من جهة أخرى يعمل على دعوة المستهلكين إلى عدم اقتناء أو استعمال ما كان محل هذه الدعاية المضادة، أي كل الأشياء القابلة للاستهلاك.

وهذه الإجراءات حتى وإن لم يتطرق لها المشرع الجزائري لا في قانون المنافسة، ولا في قانون حماية المستهلك فإنها تعتبر جد ضرورية وذلك من خلال:

. منع المحترف من الإضرار بالمستهلك وبالتالي منع طرح هذه السلع والخدمات في السوق.

. تكمن في عدم الإضرار بالمستهلك فلا يؤدي حق هذه الجمعيات في ممارسة الإشها ر المضاد بالتعسف في استعمال ذلك، إذ إن غياب نص صريح قد يزيد من مخاطر الإساءة في استعمال هذا الأسلوب، الأمر الذي كان على المشرع أن يراعيه إضافة إلى إمكانية قيام مسؤولية هذه الجمعيات في حال الإخلال بذلك."[2]"

وتقوم جمعيات حماية المستهلك بالتعاون مع جمعيات حماية الطبيعة برفع درجة الوعي لدى الفرد بكيفية الاستغلال الرشيد للبيئة، والمساهمة الفعالة في مواجهة وحل مشكلات البيئة، كما تسعى

[1] أحمد العثيم، **المرجع السابق**، ص 02.

[2] خالد ممدوح إبراهيم، **المرجع السابق**، ص 78.

إلى الحد من التلوث الصناعي، من خلال إلزام المنتج بتطبيق نظم الصيانة وتحديد المعدات والآلات واستخدام التكنولوجيا النظيفة في الصناعة لمنع التلوث داخل المنشآت الصناعية." [1]

ثالثا: دور الجمعيات في حماية وترقية المستهلك بالجزائر

تقوم جمعيات حماية المستهلك في الجزائر بمايلي:

1- أهـــــداف الجمعيـــــة

- حماية مصالح المستهلك في المجالات جميعها من كل مايشكل خطرا على صحته وسلامته وامواله وغيرها .
- ترشيد المستهلك وتوعيته بحقوقه ومسؤولياته ورفع ثقافته في المجال موضوع النظام بشكل مستمر .
- تمكين المستهلك من اختيار مايناسبه من السلع المعروضه وفي المسائل الممكنة .
-الدفاع عن حقوق المستهلك ومساعدته للحصول على تعويض من اية خسائر صحية او مادية تنجم عن استهلاكه سلعة او خدمة غير مناسبة .

ب-مهـــــام الجمعيـــــة

- تمثيل المستهلكين في جميع المجالات لدى الجهات ذات العلاقة محليا وعربيا ودوليا .
- التعاون مع الوزارات والمؤسسات والجمعيات المماثلة (الوطنية العربية الدولية) واقامة الاتصالات اللازمة لتبادل المعلومات والخبرات لتحسين شروط عمل الجمعية لتحقيق اهدافها بشكل افضل .
- المشاركة في وضع وتطوير التشريعات المتعلقة بانظمة مراقبة المنتجات والخدمات
- تعريف المستهلك بماهية المواد التي يتعامل معها وارشاده للطريقة الصحيحة لاستخدامها .
- التعاون لانجاز البحوث والدراسات والتحاليل المتعلقة بنشاط الجمعية
- السعي لتطبيق المواصفات والمقاييس الوطنية على السلع المعروضة والمساهمة في تطويرها بما ينسجم مع المواصفات العالمية .
- الاهتمام بالخدمات المطلوبة للسلعة بعد شرائها من قبل المستهلك (تأمين قطع التبديل والتحقق من النوعية تحقيق فترة الضمان توفير الصيانة الدائمة وغيرها)
- دراسة ملائمة سعر السلعة المطروحة في الاسواق بالمقارنة مع الاسعار المشابهه لذات السلعة التي تحمل نفس المواصفات وكذلك مدى انسجام بدل الخدمة المقدمة للمستهلك مع مثيلها .
- التأكد من وجود الوسائط الكافية لاعلام المستهلك من قبل المنتج او الموزع عن اية اخطار يمكن ان يتعرض لها المستهلك والزام المنتج بسحب المواد المخالفة بسرعة مع تعويض المستهلك في حال حدوث أي ضرر قبل اعلامه .
-تستفيد الجمعية من إمكانية وسائل الإعلام المختلفة بالشكل الذي تراه مناسبا.

توعية المستهلك بما يلـــي :

---

[1] زوبير أرزقي، **المرجع السابق**، ص 223.

-قيامه بدوره في الحفاظ على سلامة المادة اثناء تخزين السلعة او استعمالها من قبله وتفعيل دوره في الحالات الطارئة

- تعريفه بالقيمة الغذائية وتوفرها بالانواع المختلفة من الاغذية وتحديد القواعد الصحية لتناولها وحفظها بهدف نشر عادات وانماط استهلاك سليمة .

- ترشيده في جميع الامور المتعلقة بسلامته وحسن استخدام دخله عن طريق البرامج التربوية المخصصة حسب فئات المستهلكين (مدارس مشافي جامعات وغيره).

- تقديم الخدمات الاستشارية والنصح للمستهلك للحصول على حقوقه الاستهلاكية، وكذلك المساعدة في معالجة عقود التامين والقروض المصرفية .

- التنسيق مع الجهات صاحبة العلاقة بنشاطها لاستلام التقارير والاحصاءات والدراسات والاسعار الدورية ومواصفات السلع المطروحة في الاسواق ومواعيد التخفيض للسعر واوقات عمل الاسواق والمخازن التجارية والمراكز الصحية .

- الإشراف على البرامج الاعلامية الخاصة بنشاطها واستخدام وسائل الاعلام المختلفة بنشر وابلاغ المستهلكين عن جميع الامور التي تهم مصالحهم وخاصة عن الاخطار التي يمكن ان يتعرض لها في حال استخدام سلعة تسبب لهم اضرارا نتيجة توزيعها او انتاجها او طرحها او تداولها بشكل خاص وكذلك المواضيع والمطبوعات المفيدة للمستهلك

- التدخل لدى الجهات المعنية لالغاء أي اعلان عن سلعة تتضمن مبالغة كبيرة بنوعيتها التي تهدف التدليس على المستهلك او اعطاء معلومة مغايرة للواقع.

خلاصـــــة الفصل الثالث

إن آليات الحماية الموضوعية لحق المستهلك في الإعلام، التي أقرها المشرع إلى جانب المسؤولية الجزائية والتي تناولنا بعض جوانبها بالدراسة من خلال موضوعنا. إلا أن هذه الحماية لم تحقق الحماية المرجوة لحق المستهلك في الإعلام، نظرا لإجراءات التقاضي العسيرة والتكاليف الباهظة، مما

جعل المستهلك يعزف عن اللجوء إلى القضاء، وأصبح هدف لكل تاجر بإغرائه أو خداعه، وأمام الغياب الكلي للجمعيات التي تسهر على حمايته. أقر المشرع الجزائري إلى جانب الحماية المذكورة سابقا حماية جزائية ، تجرم الأفعال التي يأتيها المحترف، وتكون مخالفة للقوانين المنظمة لهذا الحق، إما في القوانين المتعلقة بحماية المستهلك مباشرة، أو في القوانين المتعلقة بتنظيم الممارسات التجارية، أو في قانون العقوبات، الذي جرم كل الأفعال التي من شأنها أن تخدع المستهلك في حالة التعاقد.

والجرائم التي أدرجها المشرع الجزائري في هذه القوانين، جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم، وحبذ لو أن المشرع الجزائري نص على وجوب إدراج السعر على الوسم في حالة المواد المعبأة أو الجاهزة للتعبئة مع نصوص القانون المتعلقة بالوسم وتطبيق نفس العقوبة، مما يتفادى المشرع الجزائري الزخم في النصوص التشريعية والتمايز بينها في العقوبة.

كما جرم الامتناع عن الإعلام بالأسعار، أو الامتناع عن الإعلام بشروط البيع، وهي من الجرائم السلبية، وتقوم بمجرد مخالفة النصوص القانونية الملزمة للإعلام بالأسعار وكيفياتها، أو الإعلام بشروط البيع وكيفياتها.

كما تدارك المشرع الجزائري الفراغ القانوني فيما يتعلق بتنظيم الإعلان التجاري ونص على تجريم الإشهار المضلل أو الكاذب بالمادة 28 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وحدد الجزاء في حالة أن الإشهار كان غير مشروع، وحدد صور الإشهار الغير مشروع، رغم أن كل هذه الصور قد لمت تقريبا بجميع الحالات، وحبذ أن المشرع الجزائري لم يحدد صور الإشهار غير المشروع مما يوسع من مجاه ويتفادى التعديل القانوني في كل مرة تظهر فيه أنواع جديدة من الإشارات التي لا تتطابق مع النزاهة والشفافية، لأننا ندرك كل الإدراك أن الجرائم تبتكر كما تبتكر المنتوجات، فكل يوم تظهر أفعال تتسبب في هتك الحقوق دون وجود نصوص قانونية تحمي هذه الحقوق. فلو كنا في بلد من البلدان التي تتبع نظام السوابق القضائية، ربما قد نقول أن المشرع قد وفق، لكن نحن في بلد يحكم بالقاعدة القانونية، ولهذا حبذ أن المشرع الجزائري يعدل هذه المادة.

كما جرم الخداع الواقع على المتعاقد بنص المادة 429 من قانون العقوبات، إلا أن النص أصبح لا يساير التطور الحاصل على الساحة التجارية، وقد تفطن المشرع الجزائري إلى هذا النقص بإدراجه نص يجرم الخداع الواقع على المستهلك في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

ولقمع الجريمة خول المشرع الجزائري للهيئات الإدارية المختصة سلطة مراقبة المحترفين أثناء ممارسة أنشطتهم التجارية، بالبحث والتحري عن الجرائم المخالفة للنصوص القانونية المتعلقة بحماية المستهلك، أو النصوص القانونية المحدد المطبقة على الممارسات التجارية، وبما فيها المخالفات الماسة بحق المستهلك في الإعلام، وتحرير المحاضر التي تثبت هذه المخالفة وارتكاب الجريمة وأعطى لها

حجية،إلا أن هذه الحجية كانت أكثر حماية في القانون 04 -02 المحدد لقواعد المطبقة على الممارسات التجارية لاشتراطه الطعن فيها بالتزوير على غرار حجية المحاضر في القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، وحجية المحاضر في مواد المخالفات في قانون العقوبات.

وعند ثبوت الجريمة على المحترف يطبق الجزاء، وهذا الأخير نوعين جزاء إداري و جزاء جنائي، حيث خول المشرع الجزائري للهيئات الإدارية المختصة بالمراقبة في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش القيام ببعض التدابير التحفظية في حالة مخالفة النظام القانوني للوسم وفي حالة الاستحالة أو الرفض من حائز المنتوج يطبق الجزاء الإداري المنصوص عليه في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، أما في جريمة الإشهار غير المشروع المنصوص عليها في القانون 04-02 المحدد لقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، فيمكن لمديرية التجارة تطبيق الجزاء الإداري المتمثل في حجز المنتجات والغلق المؤقت للمحل التجاري، هذا الأخير الذي يطبق على جميع الجرائم الماسة بحق المستهلك في الإعلام والذي جاء به القانون أعلاه .

خاتمـــــة

لم يرق حق المستهلك في الإعلام مجموعة من القواعد البسيطة التي تحمي المشتري بصفة عامة، إلا أنه لم يرق ى إلى ما هو عليه الحال في ظل التطور القانوني للمجتمعات، حيث نجد أن التشريعات الحديثة والانقلابات القانونية قد أخذت مجراها في ظل عصر عرفت فيه العولمة القانونية سيطرة على ربوع القوانين الداخلية للدول، في إطار حفظ حقوق الإنسان، وباعتبار أن المستهلك هو الشريحة الكبرى داخل المجتمعات.

فقد نظم المشرع الجزائري حق المستهلك في الإعلام، بإلقاء التزام على المحترفين بإعلام المستهلك بالمعلومات الصادقة والنزيهة قبل انتهاء عملية البيع، حول المنتجات والخدمات، والأسعار المطبقة عليها، والإعلام بشروط البيع وحدود المسؤولية ، وطريقة استعمال المنتجات والتحذير من المخاطر التي قد تنجر عن استعمالها، أو من المنتجات الخطرة بطبيعتها.

وفرض على المحترف وسم المنتجات ، ورسم النظام القانوني للوسم، سواء من حيث طريقة الوسم، أو الشروط الواجب توافرها في الوسم أو في طريقة كتابة البيانات ، وكتابة البيانات الإلزامية الواجب إدراجها على بطاقة الوسم تحت طائلة التجريم، وهو ما يعرف بالإعلام الإجباري.

أما الإعلام الاختياري الذي يصدر عن ال محترف، والذي يعرف بالإشهار التجاري، فقد اشترط فيه المشرع الجزائري أن يكون بالوسائل المشروعة، بعيدا عن التضليل واللبس.

فقد أقر المشرع حماية جزائية، فيما يخص الأفعال التي يأتيها المحترف، وتكون مخالفة للقوانين المنظمة لهذا الحق، إما في القوانين المتعلقة بحماية المستهلك مباشرة، أو في القوانين المتعلقة بتنظيم الممارسات التجارية، أو في قانون العقوبات، الذي جرم كل الأفعال التي من شأنها أن تخدع المشتري في حالة التعاقد.

والجرائم التي أدرجها المشرع الجزائري في هذه القوانين، جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم، وحبذ لو أن المشرع الجزائري نص على وجوب إدراج السعر على الوسم في حالة المواد المعبأة أو الجاهزة للتعبئة مع نصوص القانون المتعلقة بالوسم وتطبيق نفس العقوبة، مما يتفادى المشرع الجزائري كما جرم الامتناع عن الإعلام بالأسعار، أو الامتناع عن الإعلام بشروط البيع، وهي من الجرائم السلبية، وتقوم بمجرد مخالفة النصوص القانونية الملزمة للإعلام بالأسعار وكيفياتها، أو الإعلام بشروط البيع وكيفياتها.

كما تدارك المشرع الجزائري الفراغ القانوني فيما يتعلق بتنظيم الإعلان التجاري ونص على تجريم الإشهار المضلل أو الكاذب ، وحدد الجزاء في حالة الإشهار غير المشروع، وحدد صور الإشهار غير مشروع، رغم أن كل هذه الصور قد لمت تقريبا بجميع الحالات، وحبذ أن المشرع الجزائري لم يحدد صور الإشهار غير المشروع مما يوسع من مجا له ويتفادى التعديل القانوني في كل مرة تظهر فيه أنواع جديدة من الإشارات التي لا تتطابق مع النزاهة والشفافية، لأننا ندرك كل الإدراك أن الجرائم تبتكر كما تبتكر المنتوجات، فكل يوم تظهر أفعال تتسبب في هتك الحقوق دون وجود نصوص قانونية تحمي هذه الحقوق. فلو كنا في بلد من البلدان التي تتبع نظام السوابق القضائية، ربما قد نقول أن المشرع قد وفق، لكن نحن في بلد يحكم بالقاعدة القانونية، ولهذا حبذ أن المشرع الجزائري يعدل هذه المادة.

كما جرم الخداع الواقع على المتعاقد فالمشرع تفطن إلى النقص في النصوص السابقه لقانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وإدراجه نص يجرم الخداع الواقع على المستهلك

وفي سبيل قمع الجريمة خول المشرع الجزائري للهيئات الإدارية المختصة سلطة مراقبة المحترفين أثناء ممارسة أنشطتهم التجارية، بالبحث والتحري عن الجرائم المخالفة للنصوص القانونية المتعلقة بحماية المستهلك، أو النصوص القانونية المحدد المطبقة على الممارسات التجارية، وبما فيها المخالفات الماسة بحق المستهلك في الإعلام، وتحرير المحاضر التي تثبت هذه المخالفة وارتكاب الجريمة وأعطى لها حجية، إلا أن هذه الحجية كانت أكثر حماية في القانون 04-02 المحدد لقواعد المطبقة على الممارسات التجارية لاشتراطه الطعن فيها بالتزوير على غرار حجية المحاضر في القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، وحجية المحاضر في مواد المخالفات في قانون العقوبات.

وب ثبوت الجريمة على المحترف يطبق الجزاء، وهذا الأخير نوعين جزاء جنائي و جزاء إداري ، حيث خول المشرع الجزائري للهيئات الإدارية المختصة بالمراقبة في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بالقيام ببعض التدابير التحفظية في حالة مخالفة النظام القانوني للوسم وفي حالة الاستحالة أو الرفض من حائز المنتوج يطبق الجزاء الإداري المنصوص عليه في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، أما في جريمة الإشهار غير المشروع المنصوص عليها في القانون 04-02 المحدد لقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، فيمكن لمديرية التجارة تطبيق الجزاء الإداري المتمثل في حجز المنتجات والغلق المؤقت للمحل التجاري، هذا الأخير الذي يطبق على جميع الجرائم الماسة بحق المستهلك في الإعلام والذي جاء به القانون أعلاه في حالة العود، إلا أن المشرع الجزائري خول لمدير التجارة المصالحة مع مرتكب المخالفة في جريمتي عدم الإعلام بالأسعار و عدم الإعلام

بشروط البيع ، وكذا فرض غرامة الصلح في جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم والتي جاء بها القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والتي لم يتضمنها القانون الملغى 89-02، أما في حالة رفض المصالحة أو غرامة الصلح فإن هذه المحاضر ترسل مباشرة إلى وكيل الجمهورية المختص على مستوى المحكمة التي يقع بدائرة اختصاصها مديرية التجارة، وتتم المتابعة القضائية.

أما على مستوى الجزاء الجنائي المطبق في حالة ارتكاب الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام، فنجد المشرع الجزائري طبق جزاءات متنوعة، بين العقوبات السالبة للحرية والعقوبات المالية. ففي جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم (الغرامة)، ورفع من قيمتها مقارنة مع القانون القديم.

أما بالنسبة للجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام والمنصوص عليها في القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية فقد طبق العقوبة المالية، والمتمثلة في الغرامة المحددة بحديها، وإن كانت مناسبة لنوع الجريمة إلا أن قيمتها غير كافية للردع خاصة المراكز التجارية الكبرى، وحبذ لو أن المشرع الجزائري أخذ بالغرامة النسبية التي تتناسب وحجم رأس المال لل محترف مما تحقق ردعا كافيا، أما بالنسبة لعقوبة الشخص المعنوي في الجرائم الماسة بحق المستهلك في الإعلام والتي جاء بها القانون 04-02 حبذ لو أحال عقوبتها على قانون العقوبات.

وفي ما يتعلق بجريمة الخداع فقد جرمها بنصوص القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وأحال عقوبتها على المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري، ووسع من محلها ومجالها فالتجريم أصبح يشمل أيضا الخدمات، وكذا لم تبقى مقتصرة على المستهلك المتعاقد بل أي مستهلك، إلا أنه أغفل تشديد العقوبة في حالة أن المجرم كان شخصا معنويا، على عكس الحال قبل صدور القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

و لحماية حق المستهلك في الإعلام على الدولة أن لا تكتفي بالحماية القانونية للمستهلك، بل تفعيل آليات أخرى، مثل وسائل الإعلام عن طريق بث حصص وثائقية تتعلق بالسلوكات الاستهلاكية، ومن خلالها تبين حقوق المستهلك والآليات التي أقرت للمستهلك لحماية حقه في الإعلام، وكذا تمويل الجمعيات المتعلقة بحماية المستهلك من جهة، وتسليط الرقابة عليها من خلال النشاطات التي تقيمها، المصاريف التي تنفقها، حتى نستأمن من الانحراف الذي يلاحظ على الجمعيات، كذلك وضع قانون خاص بجمعيات حماية المستهلك من حيث توفر الثقافة سواء القانونية أو العلمية خاصة في أعضاء مكتب الجمعية، مما تغلق الباب في وجه الانتهازيين، وكذا تحسين مردود العمل الجمعوي في هذا الإطار.

والمسؤولية لا تلقى على الدولة فقط فيما يتعلق بحماية حق المستهلك في الإعلام، فلا بد من تفعيل دور الجمعيات المتخصصة في حماية المستهلك، وذلك بنشر ثقافة الاستهلاك بتوعية المستهلك حول آليات حماية حقه في الإعلام، والقيام بدراسات علمية ونشرها مما تمكن المستهلك من الوقوف في وجه المستهلك.

كما يجب على المستهلك السعي وراء حقوقه عن طريق التمسك بحقه اتجاه العون الاقتصادي وذلك من مراقبة السلع ومدى مطابقتها، من خلال قراءة بطاقة الوسم، فيما يتعلق بخصائص المنتوج أو الخدمة، والانتباه من بطاقة الأسعار، مما يشعر العون الاقتصادي أن المستهلك حريص في التعاقد معه

وعلى الضوء ما سبق في الدراسة الاستنتاج توصل الباحث إلى عددة نتائج منها:

- يجب توعية المستهلك سواء كانت الدولة بصفتها مراقب السوق، أو من المستهلك الذي يتكتل في شكل جمعيات للدفاع عن مصالحه وظروف معيشته أو تكون من المحترف بصفتها صاحب المصلحة من التسويق.
- السعي لإصدار قانون حماية المستهلك يتضمن كافة الإجراءات التي تحافظ على حقوق المستهلك والدفاع عنه .
- التعاون مع المنظمات المعنية بحماية المستهلك الاقليمية والعربية والدولية للإستفادة من خبراتها في مجال حماية المستهلك.
- السعي للتعاون مع المؤسسات الإعلامية لإعداد برامج موجهه تهدف لخلق الوعي لدى المستهلك حول السلع والخدمات المتعلقة بصحته وتوعيته بمضار الدعايات والإعلانات التجارية المضللة.
- إعطاء اولية لتعديل كافة التشريعات التي تعنى بحماية المستهلك لتحديثها بما يتوافق مع متطلبات المرحلة القادمة (قانون قمع الغش، قانون التسعير، انظمة التجارة الخارجية، ـــقوانين الإدارة المحلية المتعلقة بالسلامة قانون التجارة التعاونية)..........إلخ.
- يجب الإستفادة من العولمة بإنتقاء ايجابياتها (ثورة المعلوماتية والاتصالات) والدخول في حركة التطور بما يلائم مصالحنا الوطنية والدولية.
- تطوير منظومة المؤسسات التعليمية والبحثية واجهزة الرقابة وتوفير مستلزماتها للإستفادة من خدماتها لمصلحة المستهلك.
- ترشيد الإستهلاك من خلال دراسة انماط الغذاء الرئيسية ووضع البرامج المناسبة لتحسين اساليب اختيار الاغذية التي تحقق المتطلبات التغذوية لجميع الفئات .

- اجراء الدراسات المتعلقة بالغش التجاري والتقليد ونوعية الخدمات المختلفة التي تقدم) تعهدات، وخدمات تعليمية، و خدمات صحية، وخدمات رقابية) لتحديد منعكساتها على المستهلك والمجتمع في آن واحد ووضع الآليات المناسبة لحفظ حقوق المستهلك وبالأخص حقه في الإعلام.

- إقامة الندوات واللقاءات العلمية لتعريف المستهلك بطرق الغش ومؤشرات الجودة وحقوقه وواجباته .

- الأهتمام بالانسان المكلف بتقديم الخدمات للمستهلك والاهتمام بتربيته بشكل سليم ابتداء من المنزل والمسسات التعليمية والسعي لتوفير مستلزمات ذلك.

- يجب على الأجهزة الرقابية مهما كانت الغير متمكنة اعتماد آليات جديدة لتطوير مهمة الرقابة والتصدي لكافة الممارسات المنافية للتجارة والمنافسة خاصة مع تطور عمليات الغش التجاري وتقليد العلامات أو تلك المتعلقة بقطاع الخدمات.

- فرض السلطة القضائية الجزاءات الجزائية أمر مشروع ولا يمكن بحال من الأحوال أن يكون عائق في تطبيق الحماية الجنائية.

ومن التتوصيات التي يقترحها الباحث :

- ينبغي أن تضع الحكومات أو أن تشجع برامج عامة لتوعية المستهلكين وتزويدهم بالمعلومات، بما في ذلك المعلومات المتعلقة بتأثيرات اختيارات المستهلكين وسلوكهم على البيئة والتأثيرات التي قد تترتب على التغيرات الاستهلاكية، بما في ذلك الفوائد والتكاليف، مع مراعاة التقاليد الثقافية للفئات المعينة من الناس. وينبغي أن يكون أن الهدف من هذا البرنامج تمكين أفراد الشعب من التصرف كمستهلكين صحفيين، قادرين على اختيار السلع والخدمات اختيارا واعيا ومدركين لحقوقهم ومسؤولياتهم. وينبغي، عند وضع هذه البرامج، توجيه عناية خاصة لحاجات المستهلكين المحرومين في المناطق الريفية والحضرية على السواء، بمن فيهم المستهلكون ذوو الدخل المنخفض أو الذين لديهم مستويات الإلمام بالقراءة والكتابة أو الأميون، وينبغي إشراك مجموعات المستهلكين ودوائر الأعمال وغيرها من منظمات المجتمع المدني في جهود التوعية هذه.

- ينبغي أن تصبح توعية المستهلك جزءا لا يتجزأ من المنهج الأساسي لنظام التعليم، ويفضل أن يشكل عنصرا في مواضيع التعليم الحالية.

- ينبغي أن تشمل برامج توعية المستهلكين وتزويدهم بالمعلومات والجوانب الهامة لحماية المستهلك من قبيل ما يلي:

أ-الصحة والتغذية والوقاية من الأمراض التي تنقلها الأغذية والغش

ب- مخاطر المنتجات؛

ج- وسم المنتوجات ؛

د- التشريعات ذات الصلة وكيفية الانتصاف، والوكالات والمنظمات المعنية بحماية المستهلك؛

ه- معلومات عن الأوزان والمقاييس، والأسعار، والجودة وشروط الائتمان، ومدى توافر الضروريات الأساسية؛

و- حماية البيئة؛

ز- الاستخدام الفعال للمواد والطاقة والمياه.

- ينبغي أن تشجع الحكومات منظمات المستهلكين والجماعات المهتمة الأخرى، بما في ذلك وسائل الإعلام، على الاضطلاع ببرامج للتوعية والإعلام تتضمن برامج عن تأثيرات أنماط الاستهلاك على البيئة وعن التأثيرات التي قد تترتب على التغيرات الاستهلاكية، بما في ذلك الفوائد والتكاليف، وتوجه هذه البرامج إلى فئات المستهلكين ذوي الدخل المنخفض في المناطق الريفية والحضرية بصفة خاصة.

- ينبغي أن يضطلع قطاع الأعمال التجارية، حيثما كان ذلك ملائما، ببرامج طرح الحقائق وغيرها من البرامج المتصلة بتوعية المستهلكين وتزويدهم بالمعلومات، أو أن يشارك فيها.

- يجب على الحكومات أن تضع في اعتبارها ضرورة الوصول إلى المستهلكين الريفيين والمستهلكي ن الأميين، بوضع، أو تشجيع وضع، برامج لتزويد المستهلكين بالمعلومات في وسائل الإعلام الجماهيري.

- ينبغي على الحكومات أن تنظم أو تشجع البرامج التدريبية للإعلاميين المهنيين ومرشدي المستهلكين لتمكينهم من المشاركة في تنفيذ برامج لتوعية المستهلكين وتزويدهم بالمعلومات.

- على المستوى العربي ينبغي إصدار قانون خاص لحماية حق المستهلك في الإعلام من قبل الجامعة العربية بحيث يكون هذا القانون ملزم وشامل لكافة إهتمامات المستهلك العربي، والعمل على قيام تعاون بين الدول العربية في مجال حماية المستهلك، ويكون ذلك بزيادة الإعتماد على الإكتفاء الذاتي، وعدم الإعتماد على الشركات العالمية لتوفير السلع الأساسية للمستهلكين، حيث أن ذلك يجعل المستهلك تحت رحمة هذه الشركات، سواء تعلق الأمر بمستوى جودة هذه السلع، وبرفع الأسعار لهذه لسلع والخدمات، كذلك العمل على إنشاء المزيد من جمعيات حماية المستهلك في الوطن العربي، والمساهمة في رفع مستوى التنسيق بين جمعيات حماية المستهلك في الوطن العربي.

-على المستوى يجب مراعاة اللغة الأم للمستهلك، فاللغة هي وسيلة مهمة في فهم المستهلك لمحتوى التعاقد الذي يريد أن يقدم عليه، كذلك ضرورة أن تتناول القوانين الحديثة وخصوصًا قوانين حماية

المستهلك، وقوانين التجارة الإلكترونية حماية المستهلك جزائيًا بشكل صريح، بحيث تجد هذه التشريعات عقوبات رادعة لمن يستغل المستهلك في مقابل الشركات الكبرى، والتي يقوى لا المستهلك على مقاومتها، و البحث عن وسائل أكثر أمانًا للتعاقد الإلكتروني، لتوفير الثقة لدى المستهلك، والاعتراف كذلك بالقوة الإلزامية للتوجيهات الأوروبية، خاصة إذا تم تحديد مدة زمنية معينة، ينبغي خلالها على الدول الأعضاء في الإتحاد الأوروبي تعديل قوانينها وفقًا لأحكامها، بالإضافة إلى الاعتراف أيضًا بالقوة الملزمة للقوانين النموذجية المعنية بالتجارة الإلكترونية، لأن هذه القوانين تمثل ضمانة أساسية لحماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، وضرورة إصدار قانون خاص ملزم يتعلق بحماية المستهلك من الأمم المتحدة.

أولا : المراجع باللغة العربية

أ- الكتب

1. أحسن بوسقيعة، **الوجيز في القانون الجزائي الخاص (جرائم الفساد جرائم المال والأعمال جرائم التزوير)**،ج2، ط8، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.

2. أحمد السعيد الزرقد، **الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة** ، دار النهضة العربية، القاهرة، 2007.

3. أحمد فتحي سرور، **الوسيط في قانون الإجراءات الجنائية** ، ط7، طبعة نادي القضاة، بدون بلد نشر، 1993.

4. أحمد محمد محمود خلف، **الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة (دراسة مقارنة)** ، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر المنصورة، ط 1، 2007.

5. أحمد محمد محمود علي خلف، **الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية**، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية ، 2005.

6. أنور محمد صدقي المساعدة ، **المسؤولية الجزائية عن الجرائم الاقتصادية (دراسة تحليلية تأصيلية مقارنة في التشريعات الأردنية والسورية واللبنانية والمصرية والفرنسية و غيرها)**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2006.

7. بودالي محمد، **الإلتزام بالنصيحة في عقود الخدمات "دراسة مقارنة "**، دار الفجر للنشر والوزيع، القاهرة، 2005.

8. حسن أحمد الجندي، **شرح قانون قمع التدليس والغش**، دار النهضة العربية، القاهرة،1990، ط2

9. حسن عبد الباسط جمعي، **حماية المستهلك"الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الإستهلاك** ، دار النهضة العربية، القاهرة،1996.

10. حسني محمود عبدالدايم، **العقود الاحتكارية بين الفقه الإسلامي والقانون المدني (دراسة مقارنة)**، دار الفكر العربي الجامعي، الإسكندرية، 2007.

11. حسين حسين البراوي، **عقد تقديم المشورة "دراسة قانونية لعقد تقديم الاستشارة الفنية**، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998.

12. حماد مصطفى عزب ، **المنافسة غير المشروعة في مجال الإعلانات التجارية** ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2004.

13. حمدي عبد الرحمان ، **الوسيط في النظرية العامة للإلتزامات(الكتاب الأول المصادر الإدارية للإلتزام العقد والإرادة المنفردة)**،ط1 ، دار النهضة العربية ،القاهرة ، 1999.

14. خالد جمال أحمد، **الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد**، دار النهضة العربية، القاهره ، بدون سنة النشر.

15. خالد ممدوح إبراهيم، **حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية(دراسة مقارنة)**، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007.

16. رضا عبد الحليم عبد المجيد ، **المسئولية القانونية عن إنتاج وتداول الأدوية والمستحضرات الصيدلية**، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005.

17. السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، منشأة المعارف، الأسكندرية، 1986.

18. عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني دراسة مقارنة، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2006،

19. عبد المنعم موسى إبراهيم، **حماية المستهلك**، منشورات الحلبي الحقوقية بيروت، لبنان ط 1، 2007.

20. العزيز المرسى حموده، **الالتزام قبل التعاقدي بالإعلام في عقد البيع في ضوء التكنولوجية الحديثة (دراسة مقارنة)**، بدون دار النشر،بدون بلد النشر،2005.

21. علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر، بدون سنة نشر.

22. على حمود على حمود، **الحماية الجنائية للتصنيع الغذائي في ضوء التشريعات المطبقة** ، دار النهضة العربية، مصر، 2003.

23. على فتاك، **تأثير المنافسة على الإلتزام بضمان سلامة المنتوج** ،ط1، دار الفكر الجامعي، الأسكندرية، 2008 .

24. علي محمد جعفر، المبادئ الأساسية في قانون العقوبات الاقتصادي وحماية المستهلك، معهد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع

25. عمر محمد عبد الباقي، **الحماية العقدية للمستهلك "دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون** ، منشأة المعارف، الاسكندرية، 2004.

26. غسان رباح، **قانون حماية المستهلك الجديد**، منشورات زين الحقوقية والأدبية، بيروت، 2006،.

27. القاضي أنطوان الناشف، **الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والإجتهاد القضائي" دراسة تحليلية شاملة**، منشورات الحلبي الحقوقية بيروت، لبنان، بدون سنة النشر.

28. لحسين بن شيخ آت ملويا ، **المنتقى في عقد البيع (دراسة فقهية قانونية وقضائية مقارنة)**، دارهومه للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر 2005.

29. محمد حسين منصور، **أحكام البيع التقليدية والالكترونية والدولية وحماية المستهلك** ، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2006.

30. محمد سعيد نمور ، **أصول الإجراءات الجزائية (شرح لقانون أصول المحاكمات الجزائية)**، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2005.

31. محمود محمود مصطفى، **الجرائم الاقتصادية في القانون المقارن(الأحكام العامة والإجراءات الجنائية)**، الجزء الأول، الطبعة الثانية، مطبعة جامعة القاهرة والكتاب الجامعي، القاهرة، 1989.

32. مرفت عبد المنعم صادق، **الحماية الجنائية للمستهلك**، مركز راجا، القاهرة مصر، ط2، 2001.

33. مصطفى العوجي، **القانون المدني الجديد(العقد ومقدمة في الموجبات المدنية)**، الجزء الأول، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2007 .

34. ممدوح محمد مبروك، أحكام العلم بالمبيع وتطبيقاته في ضوء تقديم وسائل التكنولوجيا المعاصرة وفقا للقانون المدني المصري والفرنسي والفقه الإسلامي وأحكام القضاة، المكتب الفني للإصدارات القانونية، القاهرة، 2000.

ب- ا لرسائل والمذكرات

1. أكرم محمود الجمعات، **العلاقة بين الجريمة التأديبة والجريمة الجنائية "دراسة مقارنة"**، مذكرة ماجستير في القانون العام، كلية الحقوق،جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كانون الثاني – 2010.

2. بوروبة ربيعة، **حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات** ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، الجزائر، 2007-2008.

3. رامي يوسف محمد ناصر، **المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي عن الجرائم الاقتصادية** ، مذكرة ماجستير، جامعة الناجح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2010.

4. زوبير أرزقي، **حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة** ، رسالة ماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011.

5. عبد الحق ماني، حق المستهلك في الإعلام(دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والمصري)، رسالة ماجستير في قاون الأعمال، **جامعة محمد خيضر ،بسكرة ،الجزائر ،2009.**

6. قندوز خديجة، **حماية المستهلك من الإشهارات التجارية** ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2000-2001 .

7. كالم حبيبه، **حماية المستهلك**، مذكرة لنيل شهادة الماجستيرفي القانون، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، بدون تاريخ المناقشة.

8. محمد عماد الدين عياض، **الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية،** مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، قسم العلوم القانونية والإدارية، جامعة ورقلة، 2005.

9. نواورية محمد، **الغرامة الجزائية في قانون العقوبات الجزائري** ، مذكرة ماجستير، قسم القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة باجي مختار، عنابة، السنة 2005.

ج-.الملتقيات والدوريات والمحاضرات

1.بخته موالك ، **الحماية الجنائية في التشريع الجزائري** ، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية، العدد 02، 1999.

2.بوفليح سالم، **محاضرات في مقياس قانون حماية المستهلك** ، ألقيت على طلبة الماجستير، تخصص قانون الأعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، السنة الجامعية 2006-2007، غير منشورة.

3.جميل عودة، **المنظمات الحكومية والمنظمات غير الحكومية** ، مركز الإمام الشيرازي للدراسات والبحوث، شبكة النبأ المعلوماتية 26 أكتوبر2008.

4.رنا إبراهيم سليمان العطور، **المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي**، مجلة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 22، العدد2، 2006.

5.ساوس خيرة و مرنيز فاطمة، **حق جمعية المستهلك في التقاضي**، ورقة مقدمة في الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، أيام 13 و 14 أفريل 2008، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، الوادي، الجزائر، 2008.

6.عادل عميرات، **حماية رضا المستهلك أثناء التعاقد،** ورقة تقدم بها للملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الإنفتاح الاقتصادي ، معهد العلوم القنونية والإدارية ،المركز الجامعي بالوادي، الجزائر، يومي 13-14 أفريل،2008 .

7.عبد الفتاح الحملاوي،**المستهلك الجزائري**، جريدة النهار،العدد7 ديسمبر2010،الجزائر.

8.محمد محدة، **المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي** ، مجلة المفكر، العدد الأول مارس 2006، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2006.

9.ناجي عبد النور، **دور منظمات الجتمع المدني في تحقيق الحكم الرشيد في الجزائر" دراسة حالة الاحزاب السياسية"**، مجلة المفكر، العدد الثالث جامعة بسكرة.

10.هامل الهواري، **دور الجمعيات في حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية والإدارية عدد خاص** ، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2005.

ثانيا :المراجع باللغة الفرنسية

A- Livres

1. CHRISTIAN LARRMOUNT, **droit civil (les obligations le contrat)**, tome 3, DELTA, 1996.
2. DIDIER FERRIER, **la protection des consommateurs**, DALLOZ, 1996.
3. Gaston Stefanie, Levasseur georges, droit pénal général et procédure pénal, tome 1, édition Dalloz 1973, p276.
4. Jean calis- DOIT DES AFFAIRS , tome 1,droit commercial général et sociétés , 9 édition , 1996, P 65.
5. PHILIPPE LE TOURNEAU LOIC CADIET, **droit de la responsibilité**, DALLOZ, delta, 1997.
6. WILFRIDJEANDIDIER,**droit pénal des affaires**, 6 édition, DALLOZ, 2005.
7. Yves GUYON, **DOIT DES AFFAIRS**, tome , droit commercial général et sociétés , 9 édition , 1996.

ثالثا: النصوص القانونية

أ- القوانين

1. **القانون رقم 02/89 المؤرخ في 1989/02/07 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك** ، الجريدة الرسمية عدد 06 المؤرخة في 08 /02/ 1989، الأمانة العامة لحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر،سنة 1989.
2. **القانون رقم 89-12 المؤرخ في 1989/07/05 المتعلق بالأسعار** ، الجريدة الرسمية عدد 29 المؤرخة في 1989/07/19، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر،سنة 1989 .
3. قانون رقم 90-31 مؤرخ في 04 ديسمبر 1990 المتعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية عدد 53، الصادر سنة 1990.
4. **القانون رقم05/91 المؤرخ في1991/01/16 المتضمن استعمال اللغة العربية**، الجريدة الرسمية عدد 03 المؤرخة في 1991/01/16، الأمانة العامة لحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1991.
5. **القانون رقم 02/04 المؤرخ في 2004/06/23 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية**، الجريدة الرسمية العدد 41 المؤرخة في 2004/06/27، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2004.
6. **القانون 03/09 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش**، الجريدة الرسمية العدد 15 المؤرخة في 2009/03/08، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة2009.

ب- الأوامر

1. **أمر رقم 66-155 المؤرخ في 8 /06/ 1966 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية المعدل والمتم**، الجريدة الرسمية العدد 48 المؤرخة في 10 يونيو 1966، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1966.
2. **أمر رقم 66-156 المؤرخ في 08 /06/ 1966 المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتم** ، الجريدة الرسمية العدد 49 المؤرخة في 30 /1966/10، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1975.
3. **الأمر رقم 75-37 المؤرخ في 29 /04/ 1975 المتعلق بالأسعار ومخالفة تنظيم الأسعار** ، الجريدة الرسمية عدد 38 المؤرخة في 1975/05/13، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1975 .
4. **الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانوني المدني المعدل والمتم** ، الجريدة الرسمية العدد 78 المؤرخة في 30 /1975/10، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1975.
5. **الأمر رقم 06/95 المؤرخ في 1996/01/25 المتعلق بالمنافسة** ، الجريدة الرسمية عدد 09 المؤرخة في 1995/02/22، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1995.
6. **أمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 /06/ 2003 المتعلق بالمنافسة**، الجريدة الرسمية العدد 78 المؤرخة في 20 /2003/06، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1975.
7. **الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 2003/07/19 المتعلق بالعلامات** ، الجريدة الرسمية عدد 44 المؤرخة في 2003/07/23، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2003.
8. **الأمر رقم 03-11 المؤرخ في 2003/08/26 المتعلق بالنقد والقرض** ،الجريدة الرسمية العدد52 المؤرخ في 2003/08/27، الأمانة العامة للحكومة،المطبعة الرسمية، سنة 2003 .
9. **الأمر 03-11 المؤرخ في 26 /08/ 2003 المتعلق بالنقد و القرض** الجريدة الرسمية عدد المؤرخة 52 المؤرخة في 27 /08/ 2003، الأمانة العامة لحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2003

ج- المراسيم التنفيذية

1. **المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 1990/01/30 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش**، الجريدة الرسمية عدد 05 المؤرخة في 1990/01/31، الأمانة العامة لحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر،سنة 1990.

2. **المرسوم التنفيذي رقم 366/90 المؤرخ في 1990/11/10 المتعلق بوسم المنتوجات غير المنزلية وعرضها**، الجريدة الرسمية عدد 50 المؤرخة في 1990/01/31، الأمانة العامة لحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1990 .

3. **المرسوم التنفيذي رقم 367/90 المؤرخ في 1990/11/10 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها**، الجريدة الرسمية عدد 50 المؤرخة في 1990/01/31، الأمانة العامة لحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر،سنة 1990 .

4. **المرسوم التنفيذي رقم 494/97 المؤرخ في 1997/12/21 المتعلق بالوقاية من الأخطار الناجمة عن استعمال اللعب** ، الجريدة الرسمية عدد 85 المؤرخة في 1997/11/24، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1997.

5. **المرسوم التنفيذي 02-448 المؤرخ في 17-12- 2002 المتعلق بالتعريفات القصوى لنقل الركاب في سيارات الأجرة طاكسي** ، الجريدة الرسمية عدد 85 المؤرخة في 2002/12/22، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر،سنة 2002.

6. **المرسوم التنفيذي رقم 467/05 المؤرخ في 2005/12/10 يحدد مراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات ذلك** ، الجريدة الرسمية العدد 80 المؤرخة في 2005/12/11، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2005.

7. **المرسوم التنفيذي رقم 484/05 المؤرخ في 2005/12/22 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 367/90 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها** ، الجريدة الرسمية العدد 83 المؤرخة في 2005/12/25، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2005.

8. **المرسوم التنفيذي رقم 306/06 المؤرخ في 2006/09/10 المتعلق بتحديد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية** ، الجريدة الرسمية عدد 56 المؤرخة في 2006/09/11، الأمانة العامة لحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2006.

9. **المرسوم التنفيذي 07-390 المؤرخ في 12-12- 2007 يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط تسويق السيارات**، الجريدة الرسمية عدد 78 المؤرخة في 2007/12/22، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر،سنة 2007.

10. **المرسوم التنفيذي 09-65 المؤرخ في 07-02-2009 يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة**، الجريدة الرسمية عدد 10 المؤرخة في 11-02-2009، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر،سنة 2009.

رابعا: المواقع الالكترونية

1.المنظمة العالمية للمستهلك، منشور على: le 13/12/2011
http://www.consumersinternational.org/who-we-are

2. رنا إبراهيم سليمان العطور، **المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي** ، مجلة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 22، العدد2، 2006، منشورة على:
www.damasuniv.sherm.net/arabic

3.أحمد العثيم، **أهمية جمعيات حماية المستهلك في ظل تزايد ظاهرة الغش التجاري عالميا** ، مقال منشور على موقع .
http://mnect.com/vb/showthread.php?p=90

4. جميل عودة، **المنظمات الحكومية والمنظمات غير الحكومية**، مركز الإمام الشيرازي للدراسات والبحوث، شبكة النبأ المعلوماتية، 26 أكتوبر2008، ص01،على الموقع الالكتروني التالي :
http://shrsc.com le 03/11/2011

5. السيد محمد السيد عمران، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الانترنيت.
http://www.liecedu.com le 30/04/2011

6. la protection du consommateur :
www.Medias.hachletteeducation.com/medias/contenunumérique/029/1404442751.pdf le 31/12/2007

7.Christophe Livermont, les risque dans la vente de choses mobilières, Inles risques dans la vente, Prévention et responsabilité,**C.E.R.D.A.C.C**, universite de haute alsace, 1 fevrier 2006.
www.jac.cerdacc.uha.fr/recherche/jcerdacc.msf/nomunique/a51038bef/c316dec127131002d907/file/inteventoin%20me%20lievermont.pdf. Le 12/03/2011

الفهرس	

الملخص:

إن الحماية الجنائية لحق المستهلك في الإعلام تقوم على أسس موضوعية وأخرى إجرائية.

وتتمثل الأسس الموضوعية في مجموعة من الجرائم التي نص عليها المشرع الجزائري، وقرر لها عقوبات مختلفة بإخلاف الشخص الجاني، إذا كان طبيعي أو معنوي.

وتتمثل الأسس الإجرائية في جملة من التدابير الوقائية والصلاحيات الممنوحة للضبطية القضائية في هذا المجال.

كما تزايد الاهتمام الدولي بهده الظاهرة الإجرائية.

francais

La protection pénale du consommateur droite dans les médias basés sur des motifs objectifs et d'autres procédures.

Les mérites du Groupe des crimes prévus dans le législateur algérien, et a décidé d'avoir des peines différentes pour la nature différente de la personne si le contrevenant est une personne physique ou morale.

Les raisons de procédure dans un certain nombre de mesures préventives et les pouvoirs de la police judiciaire dans ce domaine.

L'intérêt international croissant pour ce phénomène criminel

Abstract

The criminal protection of the consumr's right in the media based on objective and procedural foundations.

The objective foundation are a set of offenses determinate by the Algerian legislature, and decided to have different prenalties depending on the nature of the offender, natutal or moral person.

The procedural foundations are a set of preventive measures and the powers which are given to the jidicial authority in this area.

There is growing international interest of this crimial phenomenon

مقدمة

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي لحق المستهلك في الإعلام

الفصل الثاني

الأحكام الموضوعية لحماية حق المستهلك في الإعلام

الفصل الثالث

الأحكام الإجرائية لحماية حق المستهلك في الإعلام


خاتمـــــة

قائمة المراجع